

**EFEKTIVITAS BAHASA BUGIS SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM  
MENINGKATKAN NILAI-NILAI RELIGIUS DI DESA GIRI KUSUMA KECAMATAN  
MALANGKE KABUPATEN LUWU UTARA**



*Skripsi*

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi  
pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

**ANDI MUHAMMAD AL QADRI**

**50700112119**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR  
2019**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andi Muhammad Al Qadri  
NIM : 50700112119  
Tempat/Tgl. Lahir : Giri Kusuma, 28 April 1994  
Jur/Prodi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas/Program : Dawah dan Komunikasi  
Alamat : Dusun Merta Sari, Desa Giri Kusuma, Malangke  
Judul : Efektivitas Bahasa Bugis sebagai Media Dakwah dalam  
Meningkatkan Nilai-Nilai Religious di Desa Giri Kusuma  
Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Samta-Gowa, februari 2019

Penulis,

Andi Muhammad. Al Qadri

NIM : 50700112119

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul “Efektivitas Bahasa Bugis sebagai Media Dakwah dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Religious di Desa Giri Kusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara” yang disusun oleh Andi Muhammad Al Qadri, NIM: 50700112119, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *Munaqasyah*, diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 17 Januari 2019 M bertepatan dengan 11 Rabiul Akhir 1440 H, dinyatakan dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada jurusan ilmu komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Romang polong-Gowa, Februari 2019 M  
11 Jumadil awal 1440 H

### DEWAN PENGUJI

Ketua	: Haidir Fitra Siagian, S.Sos., M.Si., Ph.D	(  )
Sekretaris	: Dr. Rosmini, M.Th.I	(  )
Pembimbing I	: Dr. Muh. Anshar Akil S.T., M.Si	(  )
Pembimbing II	: Dra. Audah Mannan, M.Ag	(  )
Munaqisy I	: Rahmawati Harunah, SS., M.Si	(  )
Munaqisy II	: Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom	(  )

Diketahui oleh:  
**Dekan Fakultas dakwah dan Komunikasi**  
**UIN Alauddin Makassar,**

  
**Prof. Dr. H. Abd. Rasvid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M.**  
**NIP. 19690826 199603 1 004**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta, atas izin-Nya jua, sehingga penulisan skripsi dengan judul “Efektivitas Bahasa Bugis sebagai Media Dakwah dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Religius di Desa Giri Kusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara” dapat terselesaikan. Salawat dan salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad Saw, sebagai suri teladan terbaik sepanjang zaman, sosok pemimpin yang paling berpengaruh sepanjang sejarah kepemimpinan, yang dengannya manusia mampu berhijrah dari satu masa yang tidak mengenal peradaban menuju kepada satu masa yang berperadaban.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat utama dalam meraih gelar Sarjana Sosial (S.I.kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar. Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini mengingat terbatasnya waktu, pengetahuan, dan kekurangan penulis. Selama penyusunan skripsi ini tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang harus dihadapi dan dialami oleh penulis, baik menyangkut pengaturan waktu, pengumpulan data, maupun biaya yang tidak sedikit. Namun kerja keras dan kesungguhan hati serta dorongan dan motivasi dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Ucapan terima kasih yang terdalem, penulis haturkan buat kedua orang Tua Andi Muhammad Anwar dan Saripah, walaupun almarhum dan almarhumah tidak dapat melihat anaknya menyelesaikan studi ini tapi penulis selalu merasa beliau masih selalu menjadi alasan untuk penyelesaian studi ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kakak-kakak dan adik saya yang selalu memberikan dukungan selama ini baik secara moril dan material. Entah kata apa lagi yang bisa penulis ucapkan untuk dapat membalas jasa kalian yang sangat berharga kepada penulis. Melalui kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M selaku Dekan Fakultas Dakwah & Komunikasi UIN Alauddin Makassar, dan Wakil Dekan I, II, III yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Dakwah & Komunikasi.
3. Dra. Ramsiah Tasruddin, S.Ag., M.Si dan Haidir Fitrah Siagian, S.Sos, M.si, Ph.D selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan motivasi, serta tak lupa penulis menghaturkan terima kasih kepada bapak Muhammad Rusli S.Ag., M.Fil.I selaku Staf Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Muh. Anshar Akil S.T., M.Si dan Dra. Audah Mannan, M.Ag, selaku pembimbing I dan II yang telah banyak mengarahkan dalam perampungan penulisan skripsi.
5. Rahmawati Haruna, SS., M.Si, selaku dosen penguji I dan Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen penguji II yang telah memberikan arahan, saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen-dosen dan staf Fakultas Dakwah & Komunikasi terutama dosen Ilmu Komunikasi terima kasih atas bimbingan yang memberikan bekal pendidikan dan staf atau pengelola studi Ilmu Komunikasi terima kasih atas bantuannya.
7. Terimakasih kepada seluruh responden penelitian, yang telah memberikan izin, waktu, dan informasi kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat tersayang DOMPALAK<sup>TM</sup>, Nura'dzizah Lilfitriillah S.I.kom, Eva Intan Herlian S.I.kom, Anugrah Nur zamsami S.I.Kom, Sariyono S.I.Kom, Khangriawan Anugrah S.I.Kom, M. Kurniawan Dito Aditia S.I.Kom, Muh.Alwy, Erwin Wahyu Saputra Faizal S.I.Kom, Mursid Jamaluddin S.I.Kom, Samsul Bahri Alhafid S.I.Kom yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis selama kuliah di UIN Alauddin Makassar.

9. Terimakasih juga untuk teman seperjuangan yang sering meluangkan waktu kepada penulis khususnya keluarga besar kelas Ikom D.
10. Rekan-rekan seperjuangan, mahasiswa(i) angkatan 2012 Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK). Teman-teman IKOM 012 yang telah bersama dengan penulis dalam berjuang menyelesaikan kuliah.

Samata-Gowa, Februari 2019  
Penulis,

Andi Muhammad Al Qadri  
Nim. 50700112104



## DAFTAR ISI

SAMPUL .....	i
LEMBAR PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
ABSTRAK .....	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian .....	5
D. Kajian Pustaka Terdahulu .....	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
 BAB II TINJAUAN TEORITIS	
A. Komunikasi Politik .....	11
B. Bahasa .....	16
C. Masyarakat dalam Perspektif Islam .....	20
D. Efektifitas Komunikasi .....	22
E. Hakikat Dakwah Islam .....	26
F. Teori Stimulus Organism Respon .....	32
G. Kerangka Pikir .....	34
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Lokasi Penelitian .....	36
B. Pendekatan Penelitian .....	37
C. Populasi dan Sampel .....	37
D. Teknik Pengumpulan Data .....	39
E. Variabel Penelitian .....	40
F. Teknik Analisis Data .....	42
G. Uji Validitas dan Realibilitas .....	46
 BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Lokasi Penelitian .....	50
B. Efektivitas Bahasa .....	52
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	62
B. Implikasi Penelitian .....	62
 DAFTAR PUSTAKA .....	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	68

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### 1. Konsonan *ḥa*

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	ḍal	D	De
ذ	ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	ṡad	ṡ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ء	‘ain		apostrof terbalik



غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
أ	hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>fathah</i>	a	a
إ	<i>kasrah</i>	i	i
و	<i>damamah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i> dan <i>ya</i>	ai	a dan i
أ	<i>fathah</i> dan <i>wau</i>	au	a dan u

Contoh:

↓ ﴿ ← | ← ↑ ﴿ : *kaifa*

﴿ ﴿ Σ ﴿ ← ﴿ | : *hau*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
﴿ ﴿ ...   ﴿ ﴿ ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>va</i>	ā	a dan garis di atas
← ← ﴿ \	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	ī	i dan garis di atas
← J ← ← ﴿	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

### 4. Tā' marbūṭah

*Transliterasi* untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

→ ↑ ﴿ ﴿ \ ﴿ \ ∇ ﴿ ﴿ \ ﴿ ← J : *rauḍah al-aṭfāl*

﴿ ﴿ ← ↑ ← ﴿ \ ← ← ﴿ ﴿ J ﴿ ﴿ ← ⊙ ﴿ ← ≠ \ ←<sup>TM</sup> ﴿ ← J : *al-madīnah*

*al-fāḍilah*

## ABSTRAK

**NAMA** : ANDI MUHAMMAD ALQADRI  
**NIM** : 50700112119  
**JUDUL** : EFEKTIVITAS BAHASA BUGIS SEBAGAI MEDIA DAKWAH  
 DALAM MENINGKATKAN NILAI-NILAI RELIGIUS DI DESA  
 GIRI KUSUSMA KECAMATAN MALANGKE KABUPATEN  
 LUWU UTARA  
**PEMBIMBING I** : Dr. MUHAMMAD ANSHAR AKIL, S.T M .Si  
**PEMBIMBING II** : Dra. AUDAH MANNAN M. Ag

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan bahasa bugis sebagai media dakwah untuk meningkatkan nilai-nilai religius pada masyarakat di Desa Giri Kusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan menggunakan metode survey langsung di lapangan adapun pendekatan dalam penelitian ini yakni paradigma posistivistik . Sumber data dalam penelitian ini yakni sebanyak 93 orang dari 1245 populasi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas dan *direct Rating Method*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemahaman masyarkat tentang penyampaian dakwah dalam bahasa bugis menunjukkan nilai 98.8 melalui Direct Rating Method Jika dilihat dari hasil diatas maka tentu bahasa bugis sangat efektif jika digunakan sebagai media dakwah didesa Girikusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara. Hal tersebut dapat ditinjau dari ketiga indikator efektivitas, Efek Kognitif meliputi masyarakat merasa dakwah yang di sampaikan sangat menarik. Efek afektif meliputi dakwah dengan menggunakan bahasa bugis yang membuat masyarakat setempat sangat tertarik untuk mendengarnya. Efek behavioral membuat masyarakat termotivasi setelah mendengarkan dakwah tersebut, melalui ketiga indikator tersebut sehingga efektivitas penyampaian dakwah dalam bahasa bugis di Desa Girikusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara mencapai angka 98.8 melalui Direct Rating Method

Implikasi dari penelitian ini yakni disarankan kepada masyarakat Desa Giri Kusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara agar senantiasa tetap mempertahankan budaya menyampaikan dakwah menggunakan bahasa bugis melalui kerja sama dengan pemerintah setempat agar nilai-nilai religius terus berkembang di daerah tersebut.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Islam merupakan agama dakwah yang artinya selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Bahkan maju mundurnya ummat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukan. Dakwah menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama Islam jika melihatnya dari Al-Qur'an yang menyebutkan kegiatan dakwah dengan *Ahsanu Qaula*.<sup>1</sup> Dakwah merupakan proses menyeru, mengajak, dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah swt dan Rasul-Nya. Implikasi dari pernyataan Islam sebagai agama dakwah menuntut ummatnya agar senantiasa menyampaikan pesan dakwah, kegiatan ini merupakan aktivitas yang tidak terbatas dan tidak pernah usai selama kehidupan dunia dalam situasi dan kondisi apapun. Dakwah merupakan kegiatan yang sangat penting di dalam Islam, karena berkembang tidaknya ajaran agama Islam dalam kehidupan masyarakat merupakan efek dari berhasil tidaknya dakwah yang dilakukan.

Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara, yakni dakwah *bil-lisan*, dakwah *bil-qolam*, dan dakwah *bil-hal*. Tujuannya sama, mengajak dan menyeru manusia untuk melaksanakan perintah Allah swt berupa beriman kepada-Nya dan seluruh ajaran para Rasul-Nya. Sehingga dalam proses dakwah, penggunaan metode dakwah merupakan urgensi yang menunjang efektif tidaknya penyampaian pesan

---

<sup>1</sup>Imam Chumedi, "Bahasa Lokal Sebagai Metode Dakwah (Analisis Terhadap Rubrik Lha Kiyeh Majalah Berita Berhias)", *Skripsi*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2009). h.8

dakwah. Seorang da'i dalam usahanya untuk menyebarkan dan merealisasikan ajaran Islam di tengah-tengah kehidupan manusia, akan menghadapi masyarakat yang heterogen. Karena itu metode dakwah dalam proses dakwahnyapun harus sesuai dengan kadar pengetahuan masyarakat.

Kegiatan dakwah akan efektif dan efisien apabila dimanifestasikan dengan cara yang tepat. Metode dakwah tidak boleh kaku dan statis baik dalam penerapan strategi maupun tekniknya, akan tetapi harus mampu mengikuti dinamika yang ada, karena metode dalam aplikasinya kaku dan statis, maka ajaran-ajaran yang didakwahkan tidak akan mendapatkan respon yang baik dari umat, karena itu metode dakwah sebagai bagian dari sistem sangat berpengaruh dalam menentukan keberhasilan dakwah.<sup>2</sup> Sehubungan dengan masalah tersebut, da'i dituntut untuk mampu bersikap bijaksana dalam menerapkan metode dakwahnya yang sesuai dengan objek atau *mad'u* yang dihadapi.

Berdakwah tidak hanya sebatas pada lingkup mimbar semata, melainkan memiliki cakupan yang luas. berbagai sarana atau media yang digunakan oleh pendakwah, di antaranya melalui kesenian, tulisan, music, mimbar pengajian, media massa atau mendengarkan khotbah Jum'at. Hal tersebut tergantung pada kondisi ataupun selera objek dakwah. Oleh karenanya, sang da'i harus mempunyai metode yang tepat dan fleksibel yang dapat membaca sasaran dakwah, sehingga terjadi keberhasilan dalam proses dakwah.

Setiap daerah memiliki bahasa tersendiri yang melekat pada masyarakatnya. berbagai macam bahasa tersebut, menjadikan masyarakat Indonesia menjadi

---

<sup>2</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 208.

masyarakat dwibahasawan bukan multibahasawan. Dwibahasawan didefinisikan sebagai seseorang yang dapat berbicara dengan dua bahasa secara bersamaan atau berurutan, multibahasawan adalah orang yang mampu berbicara lebih dari dua bahasa. Seperti halnya masyarakat di Sulawesi Selatan yang mengalami kedwibahasawan karena sebagian besar masyarakat dapat bertutur kata dengan menggunakan bahasa Bugis dan bahasa Makassar, bahasa Bugis dan bahasa Indonesia, bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, dan lain-lain. Bahkan adapula masyarakat yang multibahasawan karena dapat berbicara bahasa Bugis, bahasa Makassar, bahasa Indonesia, dan bahasa Inggris. Kondisi masyarakat seperti ini, mempengaruhi mereka dalam berbicara pada saat menggunakan satu bahasa.

Desa Girikusuma, Kecamatan Malangke, Kabupaten Luwu Utara merupakan salah satu wilayah yang menggunakan dwibahasa dalam kesehariannya, yakni bahasa Bugis dan bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia menjadi bahasa pemersatu yang mempermudah masyarakat untuk berkomunikasi lintas daerah, mengingat setiap daerah memiliki masyarakat yang tidak semuanya berasal dari suku atau ras yang sama, terkhusus pada Desa Girikusuma, Kecamatan Malangke, Kabupaten Luwu Utara.

Hal inilah yang senantiasa mesti diperhatikan seorang da'i dalam penyampaian dakwahnya. Sebab, bahasa merupakan tolakukur efektif tidaknya pesan dakwah yang disampaikan dalam mengubah paham suatu kaum, memberi pengarahan, petunjuk, mengajak, serta menyeruh pada yang ma'ruf dan mencegah pada yang mungkar, terutama penanaman nilai-nilai religius dalam hidup bermasyarakat. Terlepas dari itu masyarakat desa Girikusuma juga merupakan Desa

yang jauh dari kata merdeka dimana masyarakatnya hanya mengandalkan hasil kebun mereka, serta membutuhkan pemahaman khusus ketika kita ingin menyampaikan sesuatu, apalagi ketika hal itu merujuk pada hal yang sifatnya sensitive, hal ini pula yang mempengaruhi karena masyarakat Desa Girikusuma rata-rata hanya mengenyam pendidikan sampai tingkat SMP. Bukan tidak mungkin seorang Da'I harus betul-betul paham akan faktor sosial di dalam daerah tersebut agar dapat menyalurkan pesan dengan baik.

Dalam menanamkan komitmen (masyarakat religius) tersebut, kita perlu mengacu pada “ragam khazana budaya kita”, termasuk konteks keagamaan yakni islam. Islam bagi muslim adalah sesuatu yang naluriah dan wajar. Islam membentuk hubungan yang harmonis antara manusia dan alam sekitarnya. Hal tersebut merujuk pada ketetapan Allah dalam Al-Qur'an yang menyatakan, bahwa seluruh semesta berserah diri (tunduk dan patuh) pada Allah swt. Muslim yang sejati adalah manusia yang mencari kemuliaan dan petunjuk hanya kepada Tuhan semesta alam, bukan yang lain. Perwujudan sistem pranata keislaman merupakan pondasi utama dalam terbentuknya masyarakat yang religius. Didalam pranata keislaman terdapat norma-norma yang mampu di konstruk masyarakat untuk mengatur dan mengurus apa yang dianggap fundamental bagi kebutuhan manusia.<sup>3</sup> Secara agamais, masyarakat religius mempunyai daya potensi kedirian, yakni memprioritaskan segala aspek kehidupan dalam intervensi agama dan kapasitas perilaku keagamaan.

Hasil pra-penelitian yang dilakukan penulis dengan mewawacarai bapak Asnawi selaku imam desa Giri Kusuma menjelaskan bahwa masyarakat

---

<sup>3</sup>Nurcholish Majid, *Masyarakat Religius Membumikan Nilai-nilai Islam dalam Kehidupan* (Jakarta: Pramadina, 2010), hlm. 3

menggunakan bahasa bugis sebagai media dakwah baik itu yang membawakan dakwah (Da'i) maupun yang bertindak sebagai penerima pesan (Mad'u). ini menjadi sebuah budaya yang telah dilakukan oleh masyarakat desa Giri Kusuma disetiap ibadahnya dan mereka (mad'u) sangat antusias ketika melakukan ibadah baik itu Sholat Jum'at, Sholat idul fitri maupun ibadah yang lainnya. Dari pernyataan tersebut menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian ini.

### **B. Rumusan Masalah**

Melihat Latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Seberapa efektif penggunaan bahasa bugis dalam meningkatkan nilai-nilai religious di Desa Girikusuma, Kecamatan Mallangke, Kabupaten Luwu Utara.

### **C. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1. Definisi Operasional**

Efektifitas secara umum menunjukkan sampai berapa jauh tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu di tentukan. Hal tersebut sebagaimana di sebutkan hidayat.<sup>4</sup> Efektifitas sendiri di bagi menjadi tiga jenis yaitu:

#### **a. Efek Kognitif**

##### **1). Perhatian**

a). Determinan pribadi merujuk pada karakteristik individu dalam mempengaruhi *attention* atau perhatian *mad'u*. Adapun sub indikatornya yakni: (1) Kebutuhan atau motivasi, merujuk pada pesan dakwah yang menarik dan relevan dengan realitas

---

<sup>4</sup>Hidayat "Efek dan Respon dalam Komunikasi", (Yogyakarta: Pradia Perss, 2009). h.56



sosial. Hal tersebut diaplikasikan sebagai sebuah informasi yang memotivasi objek dakwah untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah swt. (2) Tingkat adaptasi merujuk pada *mad'u* mulai terbiasa dengan metode penyampaian dakwah yang menggunakan bahasa Bugis. (3) Rentang perhatian, merujuk pada penggunaan bahasa Bugis membuat *mad'u* lebih fokus mendengar atau membaca pesan dakwah.

b). Determinan stimulus meliputi muatan pesan dakwah yang bersifat universal, faktual, dan mudah dipahami, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi pendengar atau *mad'u*

## 2). Pemahaman

a). Kategori stimulus didefinisikan sebagai pesan dakwah dengan menggunakan bahasa bugis yang mudah dipahami serta tidak menimbulkan penafsiran berbeda dari objek dakwah.

b). Determinan stimulus merujuk pada *mad'u* paham dengan dakwah yang disampaikan. Adapun tolak ukurnya, yakni: (1) Linguistik: Mengukur apakah penggunaan kata atau bahasa bugis mudah dimengerti oleh masyarakat Desa Girikusuma. (2) Konteks: Mengukur apakah Da'I termasuk penceramah yang bagus dalam menyampaikan dakwah dengan menggunakan bahasa bugis.

## 3). Manfaat Komunikasi

a). Bidang pemikiran atau gagasan merujuk pada apakah dakwah berbahasa Bugis memberikan atau memiliki kesan yang baik dan tidak menimbulkan artian yang multitafsir terhadap pembentukan masyarakat religius.

b). Pesan-pesan yang menyediakan informasi (pengetahuan) merujuk pada apakah dakwah berbahasa Bugis mampu memberikan informasi yang dapat diterima dengan baik oleh objek dakwah.

**b. Efek afektif**

- 1). Faktor emosi atau perasaan merujuk pada apakah dakwah berbahasa bugis sebagai sebuah alternative atau sarana penyampaian dakwah mampu memberikan rasa senang kepada masyarakat di Desa Girikusuma.
- 2). Pesan-pesan mengubah tingkah laku merujuk pada sikap yang akan terbentuk setelah mendengar, melihat, atau membaca penyampaian dakwah berbahasa Bugis mampu mempengaruhi respon afektif objek dakwah di Desa Girikusuma terkait pembentukan masyarakat religious

**c. Efek Behavioral**

- 1). Suka atau tidak suka merujuk pada, sejauh mana objek dakwah menyukai atau tidak isi pesan yang disampaikan subjek dakwah. Pesan dakwah yang disukai oleh objek dakwah senantiasa menghasilkan sikap yang positif, sehingga hal tersebut menjadi tolak ukur efektif tidaknya pesan dakwah dalam mengubah perilaku mad'u ke masyarakat religius.
- 2). Pesan-pesan merangsang merujuk pada, apakah dakwah berbahasa Bugis mampu mengarahkan perilaku objek dakwah sesuai dengan pesan dakwah yang didapat.

**2. Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk menghindari terjadinya pembahasan yang meluas, periset memberikan batasan masalah pada penelitian efektivitas dakwah berbahasa Bugis terhadap

pembentukan masyarakat religius di Desa Girikusuma Kecamatan Malangke), adapun pembatasan permasalahan maka penelitian ini dibatasi pada variable X yaitu pesan dakwah melalui bahasa Bugis terhadap masyarakat desa girikusuma dan variable Y yaitu efektifitas penggunaan bahasa bugis terhadap masyarakat desa girikusuma

#### **D. Kajian Pustaka Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini di antaranya: Buku Iqbaluddin Mahbub dalam “Studi Bahasa Dakwah dalam Masyarakat Multi Religious” dengan hasil penelitian bahasa baik secara teoritik-konseptual maupun praksis-pragmatis adalah suatu hal yang lekat dengan gejala linguistik kebahasaan, baik dalam arti sempit maupun luas, oleh karenanya keduanya memiliki keterkaitan yang selalu saling memproduksi. Di satu sisi bahasa mempengaruhi dakwah dengan potensi, peran, dan fungsinya, sedang di sisi lain bahasa dipengaruhi dakwah dengan nilai-nilai agama yang dikandung.

Imam Chumedi, dengan penelitian “Bahasa Lokal sebagai Metode Dakwah (Analisis terhadap Rubrik Lha Kiyeh Majalah Berita Berhias)” dengan hasil penelitian menemukan bahwa penggunaan bahasa daerah atau dialek (Tagelan) sangat jarang dilakukan terkhususnya untuk kegunaan dakwah. Dialek Tagelan dikemas dengan bahasa esai yang ringan dan sederhana, sehingga pembaca seolah tidak membaca sebuah tulisan melainkan mendengarkan bahasa tutur. Bahasa Tagelan yang notabene bahasa tuturnya lebih efektif dengan memunculkan nasehat-nasehat lokal, peribahasa, ucapan-ucapan keseharian.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Imam Chumedi, “*Bahasa Lokal Sebagai Metode Dakwah (Analisis Terhadap Rubrik Lha Kiyeh Majalah Berita Berhias)*”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta, 2009).

Dari beberapa penelitian mengenai penyampaian dakwah, yang peneliti temukan menunjukkan bahwa penelitian dengan topik efektivitas penggunaan bahasa bugis dalam penyampaian dakwah merupakan penelitian orisinal. Namun, jika dibandingkan dari kedua penelitian di atas terdapat beberapa kesamaan baik dalam man penelitian terdahulu dan rencana penelitian ini

**Matriks 1.1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya**

Nama penulis, tahun, dan judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan	
			Penelitian terdahulu	Rencana penelitian
Kukuh Iqbaluddin Mahbub, 2006. Studi Bahasa Dakwah Dalam Masyarakat Multireligius	Bahasa mempengaruhi potensi, peran, dan fungsinya, dan disisi lain bahasa dipengaruhi dakwah dengan nilai-nilai agama yang dikandung.	Sama – sama menggunakan bahasa sebagai medium dakwah	Pengaruh bahasa dalam berdakwah dilingkungan masyarakat religious	Pemahaman masyarakat saat bahasa bugis dijadikan sebagai medium dakwah
Imam Chumedi, 2009. Bahasa Lokal Sebagai Media Dakwah (Analisis Terhadap Rubrik Lha Kiyeh Majalah Berita Berhias)	Bahasa Tagelan yang nota benenya sebagai bahasa tutur lebih efektif dalam penyampaian dakwah sehingga para pembaca seolah tidak membaca sebuah tulisan melainkan mendengarkan Bahasa tutur.	Penelitian ini menggunakan bahasa daerah atau bahasa tutur (Tagelan) dalam penyampaian dakwah.	Menggunakan media cetak sebagai penyampaian dakwah, dengan penelitian deskriptif kualitatif.	Menggunakan penelitian pengukuran dalam mengukur keefektivan penyampaian dakwah (kuantitatif).

Sumber: *Olahan Peneliti, 2018*

## ***E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian***

### **1. Tujuan penelitian**

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif penggunaan bahasa bugis dalam meningkatkan nilai-nilai religious di Desa girikusuma, Kecamatan Mallangke , Kabupaten Luwu Utara.

### **2. Kegunaan atau manfaat penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran dan referensi guna menunjang ilmu komunikasi.
- 2) Bagi pembaca, hasil penelitian dapat memberikan tambahan pengetahuan berkaitan dengan kajian teori mengenai efektivitas komunikasi.

#### **b. Manfaat Praktis**

- 1) Sebagai pengembangan penelitian lanjutan dan bahan perbandingan dengan penelitian sejenis.

Bagi da'i, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana bahasa yang dapat dipahami oleh masyarakat dalam menerima dakwah dan sebagai dasar dalam mengembangkan kemampuan berkomunikasinya.

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### ***A. Komunikasi Publik***

##### **1. Definisi Komunikasi Publik**

Model Aristoteles adalah model komunikasi paling klasik, yang sering juga disebut model retorik.<sup>1</sup> Filosof Yunani, Aristoteles adalah tokoh paling dini yang mengkaji komunikasi, yang intinya adalah persuasi. Model ini berjasa dalam merumuskan model komunikasi verbal pertama. Komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka. Tepatnya, model ini mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi, yaitu *pembicara, pesan, dan pendengar*.

Fokus komunikasi yang ditelaah oleh Aristoteles adalah komunikasi retorik, yang kini lebih dikenal dengan sebutan komunikasi publik atau pidato.<sup>2</sup> Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh siapa anda, argument anda, dan dengan memainkan emosi khalayak. Dengan kata lain, faktor-faktor yang memainkan peran dalam menentukan efek persuasif dalam komunikasi public meliputi, isi pidato, susunanya, dan cara penyampaiannya. Aristoteles juga menyadari peran khalayak pendengar. Persuasi berlangsung melalui khalayak ketika mereka diarahkan melalui pidato itu kedalam suatu keadaan emosi tertentu<sup>3</sup>, sedangkan menurut F. Richard Webstern mengartikan komunikasi adalah suatu transmisi atau pertukaran informasi,

---

<sup>1</sup>John.R. Wenburg dan Wiliam W. Wilmot, *The Personal Communication Process* (New York: John Wiley and Sons, 1973), h. 47-49.

<sup>2</sup>Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h. 146.

<sup>3</sup>Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, h. 146.

pesan atau data melalui berbagai media, seperti berbicara (komunikasi verbal), tulisan (komunikasi tertulis), telepon, telegraf, radio atau saluran-saluran lain dalam sebuah kelompok atau diarahkan pada individu-individu atau kelompok-kelompok tertentu.<sup>4</sup>

Komunikasi publik menurut Hennessy yaitu suatu kompleksitas pilihan-pilihan yang dinyatakan oleh banyak orang, berkaitan dengan sesuatu isu yang dipandang penting oleh umum.

Menurutnya, definisi tersebut relatif bersifat akademik dan berbeda dari definisi-definisi yang ada pada umumnya. Hennessy juga menambahkan bahwa opini publik itu selalu melibatkan banyak orang yang tertarik untuk memikirkan sesuatu isu dalam waktu yang cukup panjang. Meskipun demikian, istilah “publik” sendiri tidak selalu ditentukan oleh banyak jumlah orang yang menganut opini tersebut. Istilah “publik” justru diukur oleh apakah sesuatu opini itu menyangkut isu publik atau tidak.<sup>5</sup>

Menurut De Vito, komunikasi publik adalah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang luar biasa banyaknya (termasuk kepada siswa) atau semua orang yang membaca dan menonton.

Dari beberapa pendapat tentang komunikasi publik diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi publik merupakan komunikasi yang merujuk pada suatu proses komunikasi dimana pesan yang disampaikan oleh sumber atau komunikator di depan khalayak yang cakupannya lebih besar dalam situasi tatap muka.

---

<sup>4</sup>Hamka, “*Prinsip dan Kebijakan Dakwah Islam*” (Jakarta: Baitul Press, 2002), h. 37.

<sup>5</sup>Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik Indonesia “Dinamika Islam Politik Pasca-Orde Baru”* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 37

## 2. Karakteristik Komunikasi Publik

Karakteristik dari komunikasi publik adalah sebagai berikut: <sup>6</sup>

- a. Komunikasi publik berlangsung satu arah, ini berarti tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator.
- b. Komunikator pada komunikasi publik bersifat umum, karena diperuntukan kepada umum mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada perseorangan atau kelompok tertentu.
- c. Media dalam komunikasi publik menimbulkan keserempakan, kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan kepada khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.
- d. Komunikan publik bersifat heterogen. Dalam komunikasi publik, khalayak yang dituju adalah siapa saja yang bersifat heterogen atau khalayak umum.

## 3. Tujuan Komunikasi Publik

Tujuan komunikasi publik secara umum adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi (*public information*) kepada masyarakat. Karena perilaku menerima informasi merupakan perilaku alamiah masyarakat. Dengan menerima informasi yang benar masyarakat akan merasa aman tentram. Informasi akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan. Informasi dapat dikaji secara mendalam sehingga melahirkan teori baru dengan demikian akan menambah perkembangan ilmu pengetahuan. Informasi disampaikan pada masyarakat melalui berbagai tatanan komunikasi, tetapi yang lebih banyak melalui kegiatan *mass communication*.

---

<sup>6</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2005), h. 22-25.



- b. Mendidik masyarakat (*Publik Education*). Kegiatan komunikasi pada masyarakat dengan memberikan berbagai informasi tidak lain agar masyarakat menjadi lebih baik, lebih maju, lebih berkembang kebudayaannya. Kegiatan mendidik masyarakat dalam arti luas adalah memberikan berbagai informasi yang dapat menambah kemajuan masyarakat dengan tatanan komunikasi massa. Sedangkan kegiatan mendidik masyarakat dalam arti sempit adalah memberikan berbagai informasi dan juga berbagai ilmu pengetahuan melalui berbagai tatanan komunikasi kelompok pada pertemuan-pertemuan, kelas-kelas, dan sebagainya. Tetapi kegiatan mendidik masyarakat yang paling efektif adalah melalui kegiatan Komunikasi Interpersonal antara penyuluh dengan anggota masyarakat, antara guru dengan murid, antara pimpinan dengan bawahan, dan antara orang tua dengan anak-anaknya.
- c. Mempengaruhi masyarakat (*Publik Persuasion*). Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat juga dapat dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat tersebut ke arah perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan. Misalnya, mempengaruhi masyarakat untuk mendukung suatu pilihan dalam pemilu dapat dilakukan melalui komunikasi massa dalam bentuk kampanye, propaganda, selebaran-selebaran, spanduk dan sebagainya.
- d. Menghibur masyarakat (*Publik Entertainment*). Perilaku masyarakat menerima informasi selain untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat. Apalagi pada masa sekarang ini banyak penyajian informasi melalui sarana seni hiburan.

#### 4. Efek Komunikasi Publik

Dampak komunikasi, selain positif juga mempunyai dampak negatif. Pengelola komunikasi dapat dipastikan tidak berniat untuk menyebarkan dampak negatif kepada khalayaknya. Tentu yang diinginkan adalah pengaruh positif. Apabila terdapat dampak negatif, bisa dikatakan itu sebagai efek samping saja. Namun efek samping itu cukup membahayakan sendi-sendi kehidupan masyarakat banyak.<sup>7</sup> Komunikasi harus mempunyai efek menambah pengetahuan, mengubah sikap, dan menggerakkan perilaku kita. Efek yang terjadi pada komunikasi tersebut terdapat pada tiga aspek yaitu:

- a. Efek Kognitif merupakan akibat yang timbul pada diri komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif.
- b. Efek Afektif; Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada Efek Kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya.<sup>8</sup>
- c. Efek Behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang menjadi beringas

---

<sup>7</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, hlm. 31.

<sup>8</sup>Karlinah, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbitan UT, 1999), hlm. 9

## **B. Bahasa**

### **1. Pengertian Bahasa**

Bahasa merupakan alat atau perwujudan budaya yang digunakan manusia untuk saling berkomunikasi atau berhubungan, baik lewat tulisan, lisan atau kemauan kepada lawan bicaranya atau orang lain. Melalui bahasa, manusia dapat menyesuaikan diri dengan adat istiadat, tingkahlaku, tata krama masyarakat, dan sekaligus mudah membaurkan dirinya dengan segala bentuk masyarakat.<sup>9</sup> Bahasa merujuk pada sistem simbol dan tanda. Yang dimaksud dengan sistem simbol adalah hubungan simbol dengan makna yang bersifat konvensional. Sedangkan yang dimaksud dengan sistem tanda adalah bahwa hubungan tanda dan makna bukan konvensional tetapi ditentukan oleh sifat atau ciri tertentu yang dimiliki benda atau situasi yang dimaksud.

Dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa bahasa merupakan alat untuk berkomunikasi melalui lisan (bahasa primer) dan tulisan (bahasa sekunder). Berkomunikasi melalui lisan (dihasilkan oleh alat ucap manusia), yaitu dalam bentuk simbol bunyi, dimana setiap simbol bunyi memiliki ciri khas tersendiri. Suatu simbol bisa terdengar sama di telinga kita tapi memiliki makna yang sangat jauh berbeda. Misalnya kata 'sarang' dalam bahasa Korea artinya cinta, sedangkan dalam bahasa Indonesia artinya kandang atau tempat. Tulisan adalah susunan dari simbol (huruf) yang dirangkai menjadi kata bermakna dan

---

<sup>9</sup>Rismawati, dkk., *Bahasa Indonesia Sebagai Media Komunikasi*, h.9. <http://www.BahasaSebagaiAlatKomunikasi.html>.

dituliskan. Bahasa lisan lebih ekspresif di mana mimik, intonasi, dan gerakan tubuh dapat bercampur menjadi satu untuk mendukung komunikasi yang dilakukan. Lidah setajam pisau / silet oleh karena itu sebaiknya dalam berkata-kata sebaiknya tidak sembarangan dan menghargai serta menghormati lawan bicara / target komunikasi.

## **2. Bahasa sebagai media dakwah**

Secara etimologis dakwah berarti menyeru, mengajak, mengundang, menarik, serta memanggil. Dimana kata dakwah tersebut berasal dari akar kata “*da’a-yad’u-da’watan*”. Sehingga definisi dakwah dapat kita rumuskan sebagai berikut: “segala usaha dan kegiatan yang disengaja dan direncanakan dalam bentuk wujud dari sikap, ucapan, dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan langsung ataupun tidak langsung ditujukan kepada perorangan atau masyarakat bahkan golongan agar terpanggil hatinya kepada ajaran islam untuk dipelajari, dihayati, dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari”

Syekh Ali Mahfud berpendapat dakwah berarti: “membangkitkan kesadaran manusia atas kebaikan dan bimbingan, menyuruh kepada yang ma’ruf (berbuat baik) dan mencegah dari kemunkaran agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat”. Dakwah merupakan salah satu bagian dari usaha penyebaran islam, di samping Amar Ma’ruf dan Nahi Munkar. Kewajiban berdakwah tersebut tertera dalam Q.s Ali-Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

“dan hendaklah di antara kamu ada segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, mereka itulah orang-orang yang beruntung”<sup>10</sup>

Dakwah sangat penting kita lakukan supaya umat Islam senantiasa berada dalam ketetapan iman dan senantiasa yakin dengan *‘the right way of Islam’*. Sebab hakikatnya, dakwah merupakan bagian yang tak terpisahkan dari eksistensi penyebaran Islam.

### 3. Bahasa Bugis sebagai Bahasa Masyarakat Desa

Bahasa tidak dapat dipisahkan dari komunikasi. Karena bahasa merupakan alat komunikasi yang mempunyai fungsi yang dapat dipahami komunikator dan komunikan. Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa bahasa merupakan salah satu hasil kebudayaan manusia yang digunakan dalam proses sosialisasi yang tentunya melibatkan komunikasi dan interaksi.

Seseorang dapat mengenal orang lain karena adanya bahasa sebagai media atau wahana pengenalan. Sejarah mencatat, setiap bangsa mempunyai karakteristik bahasa tersendiri yang tentunya menunjukkan keunikan suatu bangsa, misalnya bahasa Thai untuk Thailand, bahasa Tagalog di Filipina, bahasa Melayu di Indonesia atau di Malaysia. Bahkan ragam bahasa tersebut telah tercipta sejak jutaan tahun lalu, lingkup bahasa tersebut tercipta secara lokal di berbagai penjuru dunia.

<sup>10</sup> Al-quran dan terjemahan, (Bandung: Diponegoro, 2005) h. 63

Di Indonesia sendiri sekitar 376 bahasa daerah tersebar di seluruh pelosok nusantara, yang terbentang mulai dari kepulauan Sumatera sampai dengan Kepulauan Papua. Sudah menjadi sunatullah bahwa setiap daerah mempunyai bahasa tersendiri, hal ini dikarenakan Allah telah menciptakan kita sebagai manusia dari berbagai golongan, suku, dan berbagai bangsa. Sehingga tidak menutup kemungkinan adanya keseragaman dalam hal bahasa pengantar komunikasi dalam bersosialisasi. Hal ini sebagaimana yang tertera dalam Al-qur'an Surat Al-Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا..

Terjemahnya:

“wahai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan, dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal...”

Bahasa daerah merupakan suatu kekayaan budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Bahasa daerah adalah perkataan-perkataan yang dipakai oleh suatu daerah atau suku dalam berkomunikasi. Posisi bahasa daerah tersebut, maka dapat diperhatikan gagasan Bowers sebagai berikut:

- a. Keuntungan psikologis yang diperoleh jika pengajaran berlangsung dengan perantara bahasa ibu atau bahasa daerah
- b. Tuntunan yang disuarakan oleh berbagai kelompok etnis supaya martabat bahasanya diakui dan pengaruh politis yang dimilikinya dalam masyarakatnya.

Ditinjau dari segi psikologi, penggunaan bahasa daerah dalam konteks berkomunikasi dapat menimbulkan kebanggaan tersendiri sebagai penggunaannya. Oleh

karenanya, mengenal bahasa daerah yang masih digunakan sebagai alat penghubung atau komunikasi senantiasa dibina oleh masyarakat pemakainya, dihargai dan dipelihara oleh negara-negara karena merupakan bagian dari pada kebudayaan-kebudayaan bangsa yang hidup.

Pengantar penggunaan Bahasa Daerah di dalam menyampaikan dakwah akan lebih efektif karena bahasa tersebut telah dikenal dan dimengerti oleh masyarakat. Oleh karena itu bahasa dalam bentuk apapun merupakan teknik pengakhiran dari pada keinginan serta pikiran-pikiran manusia, agar orang lain dapat saling memahami. Melalui bahasa, terjadi komunikasi antara individu lainnya, sehingga mereka yang berbahasa sama merasakan suatu ikatan batin sebagai kelompok kesukuan, dan kebangsan.

### **C. Masyarakat dalam Perspektif Islam**

Masyarakat Islam diartikan sebagai sekelompok manusia yang hidup terjaring dalam kebudayaan Islam, diamalkan oleh kelompok tersebut sebagai kebudayaannya, yang dimana kelompok itu bekerjasama dan hidup berdasarkan prinsip prinsip Qur'an dan As-Sunnah dalam tiap segi kehidupan.<sup>11</sup> Masyarakat Islam juga diartikan sebagai suatu masyarakat yang *universil*, yakni tidak rasial, tidak nasional dan tidak pula terbatas di dalam lingkungan batas-batas geografis. Dia terbuka untuk seluruh anak manusia tanpa memandang jenis, atau warna kulit atau bahasa, bahkan juga tidak memandang agama dan keyakinan atau aqidah.

---

<sup>11</sup>Kaelany HD, *Islam dan Aspek-aspek Kemasyarakatan*, (Bumi Aksara, Jakarta, 1992), h. 128

Masyarakat dalam pandangan Islam merupakan alat atau sarana untuk melaksanakan ajaran-ajaran Islam yang menyangkut kehidupan bersama. Karena itulah masyarakat harus menjadi dasar kerangka kehidupan duniawi bagi kesatuan dan kerjasama umat menuju adanya suatu pertumbuhan manusia yang mewujudkan persamaan dan keadilan. Pembinaan masyarakat haruslah dimulai dari pribadi masing-masing individu, wajib memelihara diri, meningkatkan kualitas hidup, agar dalam hidup ditengah masyarakat, individu dapat berguna dalam masyarakat serta tidak merugikan antara lain. Islam mengajarkan bahwa kualitas manusia dari suatu segi bias dipandang dari manfaatnya bagi manusia yang lain. Dengan pandangan mengenai status dan fungsi individu inilah, Islam memberikan aturan moral yang lengkap. Aturan moral tersebut didasarkan pada suatu sistem nilai yang berisi norma-norma yang sama dengan sinar tuntutan religious seperti: ketaqwaan, penyerahan diri, kebenaran, keadilan, kasih sayang, hikmah, keindahan dan sebagainya.<sup>12</sup>

Untuk dapat memperkirakan dengan baik peranan yang dimainkan oleh agama Islam dalam kelompok-kelompok masyarakat pemeluknya, diperlukan suatu penelitian yang tepat terhadap kondisi-kondisi masyarakat yang berlaku pada tiap kelompok sebelum dan sesudah masuknya agama itu. Cara yang demikian merupakan langkah yang memadai untuk dapat menentukan pentingnya peranan itu.

---

<sup>12</sup>KhaelaniHD, *Islam dan Aspek-aspek Kemasyarakatan*, h. 125



#### ***D. Efektifitas Komunikasi***

##### **1. Pengertian Efektivitas Komunikasi**

Efektivitas berasal dari kata efektif yang mengandung pengertian dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang telah dicapai. Efektivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang (*viewpoint*) dan dapat dinilai dengan berbagai cara serta mempunyai kaitan yang erat dengan efisiensi seperti yang dikemukakan oleh Etzioni yang mendefinisikan efektivitas sebagai tingkat keberhasilan organisasi dalam usaha mencapai tujuan dan sasaran.<sup>13</sup>

Efektivitas merupakan wujud dari kemampuan untuk mendayagunakan sesuatu secara tepat sesuai dengan standar yang jelas dan dapat diterima secara universal. Dalam konteks ini efektivitas menunjukkan taraf tercapai tujuan secara ideal. Pandangan ini memfokuskan bahwa efektivitas adalah kemampuan untuk mencapai suatu tujuan dengan ukuran yang pasti. Siagian mengemukakan bahwa efektivitas adalah “pemanfaatan sumber daya, dana, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar diterapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atau jasa dengan mutu tertentu tepat pada waktunya”.<sup>14</sup> Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas sebagai suatu kegiatan yang tepat sasaran, berdaya guna dan berhasil guna untuk mencapai tujuan dalam implementasi suatu kegiatan tertentu.

Untuk mengetahui tingkat efektivitas sesuatu kegiatan biasanya dilakukan dengan membandingkan antara prestasi saat ini dengan prestasi yang diperoleh apabila semua sumber daya yang dimilikinya dikelola secara optimal dan objektif.

---

<sup>13</sup> Etzioni, *Organisasi-organisasi Modern Cet. IV* (Jakarta: UI Press, 2000), h. 54-55.

<sup>14</sup> Sondang P Siagian, *Filsafat Administrasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), h.200.

Berdasarkan pengertian tentang efektivitas seperti diuraikan di atas dapat diidentifikasi bahwa efektivitas pada umumnya dibicarakan dalam konteks aktivitas manajemen dan kelompok atau organisasi. Efektivitas selalu mengacu kepada tujuan organisasi dan sekaligus kepada kelangsungan hidup organisasi. Oleh karena itu efektivitas harus diukur dengan produk dari suatu organisasi yang mencakup jumlah dan mutunya (seberapa banyak dan seberapa baik), diukur dengan aspek kemanusiaan baik yang menjadi unsur penggerak maupun unsur konstituen dari organisasi. Efektivitas juga diukur dengan bagaimana anggota suatu organisasi dikembangkan kemampuannya (kecerdasan dan keterampilan) dalam melakukan tugas-tugas organisasi. Untuk itu efektivitas tidak boleh lepas dari: faktor tujuan, faktor manusia, faktor nilai-nilai dan faktor sistem organisasi itu sendiri yang dihubungkan dengan kondisi waktu, target, jumlah, dan kualitas.

Dengan demikian efektivitas merujuk pada hal yang lebih multidimensional, sehingga strategi yang dipilih untuk meningkatkan efektivitas tergantung pada kekhususan atau spesifikasi faktor dari permasalahan yang hendak dipecahkan. Yang perlu digaris bawahi bahwa sesuatu yang efektif belum tentu efisien, demikian sebaliknya sesuatu yang efisien belum tentu efektif, namun perlu ditegaskan kembali bahwa jika sesuatu kegiatan atau aktivitas telah terbukti ketidak efektifannya maka tidak perlu lagi mempersoalkan efisiensinya.

## **2. Prinsip Komunikasi Efektif**

- a. Prinsip berbicara efektif. Sebuah komunikasi dapat dikatakan efektif apabila menarik untuk didengar, sasaran tercapai (instruktif, informatif,

ajakan/himbauan, argumentatif, dan klarifikatif). Indikasinya adalah jelas artikulasinya, hemat kata-kata, bahasa yang mudah dimengerti, suara yang enak untuk didengar dan dirasakan.

- b. Mendengar dengan aktif. Mendengar adalah hal yang utama dalam berkomunikasi, mendengar dengan aktif berarti mendengar untuk mengerti apa yang dikatakan dibalik pesan tadi. Brownell menyatakan bahwa, efektifitas mendengarkan terdapat enam unsur yang dikenal dengan HURIER (Hearing, Understand, Remembering, Interpreting, Evaluating, Responding).<sup>15</sup>

### 3. Elemen-Elemen Pendukung Komunikasi Yang Efektif

Pesan yang tersampaikan dengan benar dan tepat sesuai keinginan sang komunikator, menunjukkan bahwa komunikasi dapat berjalan secara efektif. Agar komunikasi bisa berlangsung efektif, perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Scoot M Culp dan Allen dalam bukunya *"Effective Public Relations"*, faktor-faktor tersebut disebut dengan *"The Seven Communication"* yakni:<sup>16</sup>

- a. *Credibility* (Kredibilitas) berkaitan erat dengan kepercayaan. Ya, seorang komunikator yang baik harus memiliki kredibilitas agar pesan yang disampaikan dapat tersasar dengan baik. Beberapa hal yang berhubungan dengan kredibilitas misalnya kualifikasi atau tingkat keahlian seseorang. Contoh, seorang dokter dianggap mempunyai kredibilitas ketika ia menyampaikan hal-hal tentang kesehatan.

---

<sup>15</sup>Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, hal. 163.

<sup>16</sup>BiteBrands, *7 Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Komunikasi*, (<http://7FaktorYangMempengaruhiEfektivitasKomunikasi-BiteBrands.html>.) diakses pada 21 Maret 2017.

- b. *Context* (Konteks) berupa kondisi yang mendukung ketika berlangsungnya komunikasi. Supaya komunikasi berjalan efektif, konteks yang tepat menjadi hal yang menarik perhatian audiens. Misalnya, berita atau informasi tentang kesehatan janin sangat sesuai bagi ibu-ibu yang sedang menjalani masa kehamilan.
- c. *Content* (Isi pesan) merupakan bahan atau materi inti dari apa yang hendak disampaikan kepada audiens. Komunikasi menjadi efektif apabila isi pesan mengandung sesuatu yang berarti dan penting untuk diketahui oleh audiens.
- d. *Clarity* Pesan yang jelas alias tidak menimbulkan penafsiran yang bermacam-macam adalah kunci keberhasilan komunikasi. Kejelasan informasi adalah hal penting yang bisa mengurangi dan menghindari risiko kesalahpahaman pada audiens.
- e. *Continuity and Consistency*; Agar komunikasi berhasil, maka pesan atau informasi perlu disampaikan secara berkesinambungan atau kontinyu. Misalnya, pesan pemerintah yang menganjurkan masyarakat untuk menggunakan kendaraan umum dibandingkan kendaraan pribadi harus selalu disampaikan melalui berbagai media secara terus menerus supaya pesan itu dapat tertanam dalam benak dan mempengaruhi perilaku masyarakat.
- f. *Capability of Audience*; Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila sang penerima pesan memahami dan melakukan apa yang terdapat pada isi pesan. Dalam hal ini, tingkat pemahaman seseorang bisa berbeda-beda tergantung beberapa faktor, contohnya latar belakang pendidikan, usia ataupun status social.
- g. *Channels of Distribution*; Selain berbicara secara langsung kepada audiens, ada cara lain untuk berkomunikasi, yaitu menggunakan media. Bentuk-bentuk media komunikasi yang biasa digunakan saat ini adalah media cetak ataupun

elektronik. Pertimbangkan secara matang pemilihan media yang sesuai dan tepat sasaran agar tidak terjadi komunikasi yang sia-sia.

Beberapa elemen di atas merupakan faktor pendukung agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif. Dengan mengombinasikan elemen-elemen pendukung komunikasi, maka pesan yang disampaikan dapat berhasil dan mampu mengubah sikap dan perilaku seseorang.

## ***E. Hakikat Dakwah Islam***

### **1. Pengertian Dakwah**

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*, *amr ma'ruf* dan *nahi munkar*, *mau'idzhoh hasanah*, *tabsyir*, *indzhar*, *washiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim*, dan *khotbah*.<sup>17</sup>

Dakwah mengandung tiga unsur, yaitu: penyampaian pesan, informasi yang disampaikan, dan penerima pesan. Namun dakwah memiliki pengertian yang lebih luas dari istilah-istilah tersebut, karena istilah dakwah mempunyai makna sebagai aktivitas penyampaian ajaran Islam, menganjurkan atau memerintahkan berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar, serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia.

Istilah dakwah dalam Al Qur'an diungkapkan dalam bentuk *fi'il* (bermakna perbuatan atau kata kerja) sekitar lebih dari seratus kata. Al Qur'an menggunakan kata dakwah untuk mengajak kepada kebaikan yang juga disertai dengan konsekuensi atau akibat yang akan ditimbulkan jika menolak atau menjauhi ajakan kebaikan itu.

---

<sup>17</sup>M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 20016), h. 17.

Beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa esensi dakwah merupakan kegiatan dan upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari keadaan yang tidak baik kepada keadaan yang lebih baik. Istilah dakwah juga mencakup pengertian, dakwah adalah usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap batin dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam menjadi sesuai dengan tuntunan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Secara garis besar pengertian dakwah mengandung tiga unsur pokok, yaitu:

- a. Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari pelaku dakwah (komunikator) kepada penerima dakwah (komunikan).
- b. Penyampaian pesan ajaran Islam berupa *amar ma'ruf* (ajakan kepada kebajikan), dan *nahi mungkar* (mencegah kemaksiatan atau kemungkaran).
- c. Usaha tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu atau masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran Islam.

Dilihat dari beberapa definisi dakwah, maka hampir semua definisi menyebutkan kata “mengajak” sebagai kata kuncinya. Sehingga dakwah merupakan kegiatan yang harus dipraktekkan, bukan hanya sebatas teori penggunaannya. Dakwah merupakan kegiatan yang bersifat informatif yang mengajak manusia untuk senantiasa meningkatkan iman menurut syariat Islam.

## **2. Dakwah dalam Perspektif Komunikasi**

Komunikasi manusia adalah komunikasi yang dilakukan dengan cara penyampaian pesan dari seseorang (sekelompok orang) kepada orang (sekelompok

orang) lainnya, baik secara langsung (tatap muka) atau melalui media, seperti surat, surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

Kerangka pemahaman mengenai komunikasi, berdakwah termasuk ke dalam komunikasi sebagai proses searah (*one direct communication*). Komunikasi adalah semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan oleh seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respon orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap sebagai tindakan yang disengaja untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuknya untuk melakukan sesuatu.

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks atau situasi tertentu. Menurut Mulyana indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi.<sup>18</sup> Sehingga komunikasi terbagi atas komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Dakwah termasuk dalam komunikasi publik. Hal tersebut merujuk pada situasi di mana pesan yang dibuat, disebarkan ke sejumlah penerima yang relatif besar dalam keadaan yang relatif impersonal.<sup>19</sup> Menurut Canggara komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar. Dalam komunikasi publik,

---

<sup>18</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h. 82.

<sup>19</sup>Brent D Ruben dan Lea P. Stewart, *Komunikasi Perilaku Manusia*, (Edisi V; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 389.



satu pihak (komunikator) berperan aktif dan dominan, sedangkan pihak lainnya (pendengar) cenderung pasif.<sup>20</sup>

Menurut Ruben dan Stewart komunikasi publik cenderung mempunyai ciri-ciri yaitu: (1) *Khalayak*, umumnya sejumlah besar orang terlibat dalam peristiwa komunikasi; (2) *Impersonal*, sumber sering kali tidak mengetahui keseluruhan peserta secara pribadi; (3) *Direncanakan*, proses komunikasinya direncanakan, dapat diprediksi dan/atau diformalkan; (4) *Kontrol oleh sumber*, sumber komunikasi mempunyai kontrol tidak terbatas terhadap penentuan pesan apa yang dibuat dan disebarluaskan; (5) *Interaktivitas yang terbatas*, khalayak memiliki sarana yang terbatas untuk memberikan reaksi terhadap sumber pesan atau terhadap pesan yang diterimanya.<sup>21</sup>

Salah satu bentuk dakwah melalui lisan, posisi khutbah harusnya menjadi sangat strategis. Karena secara *syar'i* begitu khatib naik ke atas mimbar maka jamaah wajib mendengarkan dan tidak diperkenankan berbicara terlebih melontarkan pertanyaan atau kritikan. Kondisi ini seharusnya dapat dimanfaatkan oleh para khatib selaku pelaku komunikasi tunggal untuk memasukkan nilai-nilai moral secara persuasif. Selain nilai-nilai moral, khatib juga dapat membahas persoalan-persoalan aktual atau isu-isu kontemporer yang terjadi di dalam masyarakat.

### **3. Prinsip-prinsip Komunikasi dalam dakwah**

Prinsip-prinsip komunikasi dalam dakwah itu, dapat dikemukakan sebagai berikut:<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup>Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi Edisi Revisi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), h.67.

<sup>21</sup>Brent D Ruben dan Lea P. Stewart, *Komunikasi Perilaku Manusia*, h. 389.

<sup>22</sup>Hamka, *Prinsip dan Kebijaksanaan Dakwah Islam*, h. 101.



- a. Menumbuhkan motivasi masyarakat, dalam menyampaikan dakwah secara efektif hendaknya minat *mad'u* (komunikasi) dibangkitkan. Bila *mad'u* tidak berminat, maka apa yang kita sampaikan hampir tidak ada gunanya. Cara-cara yang dapat ditempuh di antaranya sebagai berikut:
- b. Menarik perhatian masyarakat, penyampaian dakwah akan berhasil bila dapat menarik perhatian *mad'u*. Hal ini jelas, sebab tidak mungkin seorang dapat menangkap apa yang disampaikan bila perhatiannya tertuju kepada masalah-masalah lain. Perhatian artinya pemusatan pikiran pada suatu masalah atau objek. Agar *mad'u* mau memperhatikan, adapun hal-hal yang dapat menarik perhatian *mad'u* adalah sebagai berikut: hal-hal yang aneh artinya jarang terjadi, hal-hal yang lucu, hal-hal yang meyakinkan (dominan), hal-hal yang sesuai dengan kebutuhan dan hal-hal yang sekonyong-konyong terjadi.<sup>23</sup>
- c. Menyampaikan dengan gaya bahasa yang indah dan lembut; Penyampaian dakwah akan mudah ditangkap oleh *mad'u* bila diuraikan sedemikian rupa. Materi-materi dakwah yang disajikan oleh dai melalui Al-Qur'an dibuktikan manusia melalui penalaran akal yang dianjurkan Al-Qur'an untuk dilakukan manusia pada saat ia mengemukakan materi dakwah tersebut.<sup>24</sup>
- d. Menjelaskan materi dakwah; Pada dasarnya materi dakwah menurut tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Namun secara global dapat dikatakan bahwa materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok yaitu: keimanan (aqidah), keislaman (syariah) dan budi pekerti (al-akhlak al-karimah).

---

<sup>23</sup>Toha Jahja Omar, M.A., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Widjaya Djakarta, 1971), h.

<sup>24</sup>Sayyid Muhammad Nuh, *Strategi Dakwah dan Pendidikan Umat* . . . , h. 108.

- e. Mengulang-ulangi kalimat yang dianggap perlu; Penekanan itu dapat dilakukan dengan mengulang-ulangi maksud kalimat yang hendak ditekankan. Yang diulang adalah maksud kalimat, memakai beberapa macam bentuk kalimat atau perkataan dengan maksud yang sama. Tidak boleh mengulangi kalimat kata demi kata, karena yang demikian itu akan membosankan dan pengulangan itupun hendaknya dilakukan bila dianggap perlu.<sup>25</sup>
- f. Pengaruh Penggunaan Bahasa terhadap Komunikasi; Sebagaimana kita ketahui bersama, tentunya pengaruh bahasa terhadap komunikasi sangat signifikan sekali, sebab bahasa merupakan hasil dari budaya. Dan dengan adanya bahasa terciptalah sebuah komunikasi sehingga adanya interaksi, adaptasi, dan sosialisasi antarberbagai pihak. Dan bahasa merupakan media pengenalan dalam berinteraksi.
- g. Komunikasi Efektif dalam Dakwah; Komunikasi efektif merupakan komunikasi yang tepat dan cermat dalam menyampaikan pesan atau informasi sesuai sasaran, sehingga adanya kesesuaian pemahaman antara komunikator dan komunikan. Komunikasi yang efektif berarti maksud dan tujuan yang terkandung dalam komunikasi yang disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat dimengerti oleh kedua pihak. Komunikasi efektif bisa terjalin apabila kita sebagai pelaku komunikasi tersebut senantiasa menggunakan kalimat efektif dalam penyampaian informasi tersebut. Sebuah kalimat dikatakan efektif jika dapat mewakili secara tepat isi pikiran komunikator. Kalimat efektif merupakan kalimat yang disusun secara singkat tetapi mempunyai daya informatif secara tepat.

Ada beberapa ciri dari komunikasi efektif tersebut, di antaranya:

---

<sup>25</sup>Sayyid Muhammad Nuh, *Strategi Dakwah dan Pendidikan Umat*, h. 128.

- 1) Penerangan ringkas yang cukup dari penerima. Artinya, komunikator harus menyadari bahwa pesan tersebut harus mudah diterima dan dimengerti oleh komunikan.
- 2) Penggunaan bahasa yang sesuai. Artinya bahasa yang dipilih harus koheren, logis, dan mudah dicerna serta dipahami. Adanya kejelasan makna, penggunaan media komunikasi yang tepat. Ciri-ciri komunikasi efektif tersebut harus terpenuhi sehingga akan menciptakan komunikasi yang baik antara berbagai pihak yang berkomunikasi.

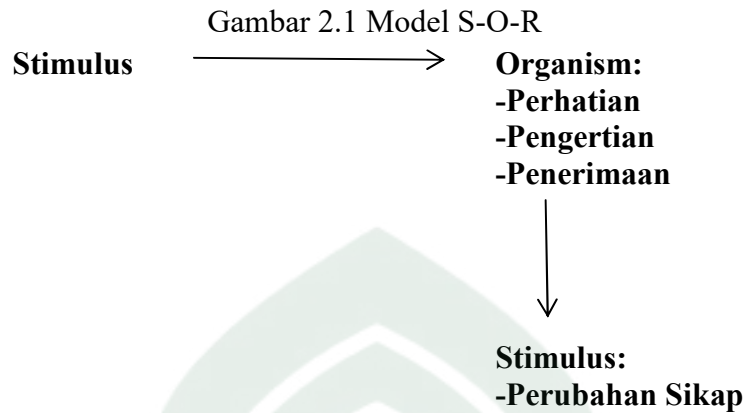
Komunikasi efektif sangat penting dilakukan dalam dunia dakwah. Kadang-kadang dakwah yang dilakukan secara *qauli* dalam prakteknya tujuan yang diharapkan tidak sesuai dengan apa yang direncanakan. Hal ini dikarenakan belum terciptanya komunikasi yang efektif.

#### ***F. Teori Stimulus Organism Respon (S-O-R)***

*Model S-O-R* sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Respon*, ini semua berasal dari psikologi. Objek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, konasi. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Elemen-elemen dari model ini adalah pesan (stimulus), komunikan (organisme), efek (respon). Model S-O-R dapat digambarkan sebagai berikut<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h. 225



Proses diatas menggambarkan perubahan sikap dan bergantung kepada proses yang terjadi pada individu. Stimulus yang diberikan kepada organisme dapat diterima atau dapat ditolak, maka pada proses selanjutnya terhenti. Ini berarti stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi organisme, maka tidak ada perhatian (*attention*) dari organisme, jika stimulus diterima oleh organisme berarti adanya komunikasi dan perhatian dari organisme, dalam hal ini stimulus efektif dan ada reaksi.

Hovland beranggapan bahwa perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan.<sup>27</sup>

Menurut teori stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dari model ini adalah:

<sup>27</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, h. 225.

1. Pesan (stimulus, S)
2. Komunikan (Organism, O): perhatian, pengertian, penerimaan
3. Efek (respon, R): perubahan sikap

Proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap ada tiga variabel yang penting menunjang proses belajar tersebut yaitu: perhatian, pengertian, penerimaan.

Sikap yang dimaksud disini adalah kecenderungan bertindak, berpikir, berpersepsi, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukanlah perilaku, tetapi lebih merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek sikap, dengan demikian pada kenyataan tidak ada istilah sikap yang berdiri sendiri. Sikap juga bukanlah sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah seseorang harus setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan.

#### **G. Kerangka Pikir**

Dasar pemikiran dan landasan untuk penelitian, peneliti perlu menetapkan sebuah kerangka pemikiran terlebih dahulu, dengan tujuan agar hasil dari tulisan sesuai dan tidak keluar dari fokus permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini mengenai efektivitas komunikasi seorang *da'i* dalam penyampaian dakwah di masyarakat Desa Girikusuma, Kecamatan Malangke.

Dakwah menjadi sebuah kewajiban bagi setiap orang. Dakwah bersifat fleksibel, tidak harus diatas mimbar yang dipahami oleh orang-orang pada umumnya. Dalam penyampaian dakwah harus memiliki metode atau srategi dan yang terpenting adalah bagaimana dakwah itu bisa dipahami dengan baik dan diterima oleh

masyarakat. Bahasa menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam sebuah komunikasi. Bahasa seringkali dianggap tidak penting dalam interaksi. Terkadang masyarakat desa khususnya Desa Girikusuma, Kecamatan Malangke menggunakan bahasa daerah dalam kehidupan sehari-hari namun pada penyampaian dakwah yang dilakukan oleh *da'i* atau petinggi agama menggunakan bahasa Indonesia dalam penyampainnya. Namun yang lebih sering dipahami masyarakat disana adalah bahasa bugis.

Hal inilah yang akan dilakukan peneliti dengan mengukur efektifitas dakwah dengan menggunakan bahasa bugis. Dengan penelitian ini akan mengetahui seberapa jauh efektifitas dakwah berbahasa bugis terhadap pembentukan masyarakat religius di Desa Girikusuma, Kecamatan Malangke, Kabupaten Luwu Utara.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### ***A. Jenis dan Lokasi Penelitian***

##### **1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan periset merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian survei. Hal tersebut merupakan metode pengumpulan data primer dengan perolehan data secara langsung melalui quisioner sebagai instrument pengumpulan datanya.

Penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yakni riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Pendekatan penelitian yang menekankan pada keluasan informasi sehingga metode ini relevan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas, sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi.<sup>1</sup>

##### **2. Lokasi penelitian**

Penelitian ini bertempat di Desa Girikusuma, Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara, Sulawesi Selatan. Adapun jumlah penduduk di Desa Girikusuma sebanyak 1200 jiwa. 90% penduduk beragama Islam dan selebihnya beragama Kristen dan Katolik.

---

<sup>1</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 57.

## **B. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Paradigma positivistik menurut Susman dan Evered adalah paradigma yang didasarkan pada perpaduan atau kombinasi antara angka dan menggunakan logika deduktif serta menggunakan rancangan penelitian kuantitatif dalam mengungkapkan suatu fenomena secara objektif. Logika deduktif adalah kegiatan berpikir dengan kerangka pikir dari pernyataan yang bersifat umum ditarik kearah kesimpulan yang lebih bersifat khusus. Paradigma ini berpandangan bahwa suatu ilmu dan penelitian berasal dari data-data yang diukur secara tepat yang dapat diperoleh dari survei, kuisioner serta dapat digabungkan dengan statistik dan pengujian hipotesis.<sup>2</sup>

## **C. Populasi dan Sampel**

1. **Populasi**, merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya sekedar orang, juga benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek atau objek itu sendiri.<sup>3</sup> Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Girikusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara yang berjumlah 1245 jiwa.

2. **Sampel** merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan

---

<sup>2</sup>Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012), h. 243-244.

<sup>3</sup>Kamaluddin Tajibu, *Metode Penelitian Komunikasi*(Makassar: Alauddin University Press, 2013), h. 133.



untuk populasi. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* atau *judgmental sampling*. Penarikan sampel yang menentukan kriteria khusus terhadap sampel, terutama orang-orang yang dianggap ahli.<sup>4</sup>Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Sampling Klaster* yang dimana peneliti akan menyeleksi atau mengelompokkan populasi atau sampel kedalam beberapa kelompok atau kategori. Kelompok atau kategori ini disebut *klaster*. Besar sample dalam penelitian ini dapat dihitung berdasarkan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: n = Jumlah sampel  
 N = Ukuran populasi  
 e = *margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang masih dapat ditoleransi (10%)

$$n = \frac{1245}{(1 + 1245 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{1245}{13,4}$$

$$n = 92,910$$

$$n = 93$$

---

<sup>4</sup>Prasetyo, Bambang & Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Riset Aplikasi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), h. 135.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Kuesioner;** Teknik pengumpul data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Dalam penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari para responden yang telah ditentukan. Kuesioner berisi pertanyaan yang menyangkut tentang tanggapan masyarakat mengenai efektivitas penggunaan bahasa bugis dalam berdakwah. Pertanyaan disusun dengan lebih memperhatikan prinsip-prinsip penulisan angket seperti isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan, tipe dan bentuk pertanyaan, panjang pertanyaan, urutan pertanyaan, dan penampilan fisik angket.

2. **Observasi;** Pengumpulan data penelitian kualitatif dapat menggunakan observasi partisipan. Observasi partisipan adalah metode tradisional yang digunakan dalam antropologi dan merupakan sarana untuk peneliti masuk ke dalam masyarakat yang akan ditelitinya. Peneliti berusaha menemukan peran untuk dimainkan sebagai anggota masyarakat tersebut, dan mencoba untuk memperoleh perasaan dekat dengan nilai-nilai kelompok dan pola-pola masyarakat.<sup>5</sup>

Observasi partisipan sering dianggap sebagai suatu seni atau kreativitas dalam metode penelitian, karena pada praktiknya metode ini memerlukan berbagai keahlian

---

<sup>5</sup>Abd. Syukur Ibrahim, *Panduan Penelitian Etnografi Komunikasi* (Surabaya: Usaha Nasional, 1994), h. 277.

dari si peneliti. Di lapangan peneliti dituntut untuk dapat melakukan penilaian, peka terhadap lingkungan yang diteliti, termasuk detil yang tersembunyi sekalipun, mampu beradaptasi, mengatasi berbagai hambatan, termasuk hambatan dalam dirinya. Peneliti dituntut untuk memiliki imajinasi yang kuat untuk menangkap realitas dan menerjemahkannya ke dalam laporan penelitian. Oleh karena itu hasil dari obeservasi partisipan akan refleksif sekaligus responsif, karena memiliki hubungan langsung dengan data di lapangan.<sup>6</sup>

**3. Dokumentasi;** atau studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data sekunder yang meliputi pengutipan dan pengkajian teori, data dan informasi dari berbagai buku, wawancara, internet, dan media cetak.

#### ***E. Variabel Penelitian***

Penelitian ini terdapat dua variabel dimana variabel X (Dakwah berbahasa Bugis) dan variabel Y (Masyarakat Religius).

##### **1. Variabel X (dakwah dengan berbahasa bugis)**

Bahasa Bugis merupakan bahasa yang dituturkan oleh masyarakat etnik Bugis di Sulawesi Selatan, salah satunya masyarakat Desa Girikusuma, Kecamatan Malangke, Kabupaten Luwu Utara.

---

<sup>6</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 162-180.

Subvariabel X (dakwah dengan berbahasa bugis);

- a. Perhatian didefinisikan sebagai alokasi pemrosesan stimulus yang baru masuk. Faktor-faktor yang menentukan perhatian, dapat dikelompokkan dalam dua kategori utama, yaitu:
  - 1) Determinan pribadi merujuk pada karakteristik yang mempengaruhi perhatian. Adapun indikator pengukurnya adalah kebutuhan atau motivasi, sikap, tingkat adaptasi, dan rentang perhatian
  - 2) Determinasi stimulus merujuk pada faktor yang digunakan untuk meningkatkan perhatian audien (objek dakwah).
- b. Pemahaman didefinisikan sebagai makna suatu stimulus yang bergantung pada bagaimana suatu stimulus dikategorikan dan diuraikan dengan pengetahuan yang diperoleh. Adapun faktor penunjangnya dikelompokkan menjadi tiga bahagian, yakni:
  - 1) Kategori stimulus (determinan pribadi) didefinisikan sebagai penggolongan suatu ransangan dengan menggunakan konsep-konsep yang disimpan dalam ingatan.
  - 2) Determinan stimulus didefinisikan sebagai sifat fisik aktual suatu ransangan yang memainkan peran penting dalam membentuk penafsiran stimulant tersebut. Adapun indikatornya pengukurnya adalah linguistik dan konteks
- c. Efek kognitif didefinisikan sebagai akibat yang timbul dari komunikasi yang bersifat informatif bagi dirinya. Penerimaan pesan terkait dengan pikiran yang muncul selama tahap pemahaman. Efek kognitif menentukan penerimaan atas suatu klaim.

- d. Efek afektif didefinisikan sebagai penjabaran perasaan dan emosi yang dihasilkan stimulus. Adapun indikator pengukurannya yakni:
- 1) Pesan mengubah tingkah laku merujuk pada timbulnya reaksi yang dapat diketahui dengan meramalkan sikap yang terbentuk sesudah pesan dakwah di perdengarkan.
  - 2) Bidang emosi dan perasaan merujuk pada minat terhadap serangkaian pesan dakwah yang melibatkan faktor emosi dan perasaan objek dakwah.
- e. Efek behavioral didefinisikan sebagai akibat yang timbul pada diri objek dakwah dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Misalnya, rasa suka atau tidak suka dan pesan merangsang mengubah tingkahlaku objek dakwah setelah melihat, membaca dan mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan subjek dakwah.

## **2. Variabel Y (masyarakat religius)**

Masyarakat religius merupakan *stagnancara* hidup dan tata sosial yang menyeluruh pada aktivitas keagamaan sebagai pondasi individu dalam hidup bermasyarakat. Dalam mewujudkan atau membentuk masyarakat religius, Nurcholis Majid menjabarkan tiga nilai-nilai islam sebagai konsep dalam hidup bermasyarakat yakni taqwa, tawakkal, dan ikhlas.

## **F. Teknik Analisis Data**

Setelah proses pengumpulan data dilakukan, proses selanjutnya adalah melakukan analisis data. Agar data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat, maka data harus diolah dan dianalisis sehingga dapat digunakan untuk menginterpretasikan. Pada analisis data kuantitatif, maka pengolahan data merupakan kegiatan pendahuluan yang meliputi tahapan:

1. Pemeriksaan data, peneliti kembali memeriksa data yang telah terkumpul.

2. Pembuatan kode, tahap ini dilakukan untuk penyederhanaan data dengan memberikan simbol angka pada tiap jawaban.
3. Tahap rencana analisis, meliputi menentukan variabel yang hendak di analisis, menentukan tabel yang dibutuhkan, grafik/bagan.
4. Teknik data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:
  - a) Uji Validitas adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan dimana-mana.<sup>7</sup> Instrumen ini dapat dikatakan valid ketika terdapat korelasi antara pengukuran pertama dengan pengukuran kedua menunjukkan angka positif dan tinggi. Oleh karena itu untuk mengukur uji validitas digunakan rumus *pearson's product moment*. Variabel penelitian dinyatakan valid jika hasil pengujian diperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{table}$  dihitung dengan bantuan program SPSS.
  - b) Uji Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut tidak berubah-ubah atau stabil, tetap *consistent* dan dapat diandalkan (*dependable*). Alat ukur disebut *reliable* bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama walau digunakan beberapa kali. Pernyataan dikatakan *reliable* jika nilai *alpha* lebih besar dari 0,60 dan jika nilai *alpha* kurang dari 0,60 maka dinyatakan tidak *reliable*. Untuk mengetahui, maka dapat menggunakan rumus *Cronbach alpha*.
  - c) *Direct Rating Method*; Durianto menyatakan bahwa DRM atau direct rating method (metode penentuan peringkat langsung) menggunakan lima variabel pengukur, yakni perhatian, pemahaman, respon kognitif, respon afektif, dan sikap terhadap suatu informasi, gagasan atau idea.

---

<sup>7</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2008), h. 97.

Untuk mengukur efektivitas dakwah dengan menggunakan *direct rating method* maka digunakan analisis tabulasi sederhana dan perhitungan rata-rata sebagai berikut:

#### 1) Analisis tabulasi sederhana

Dalam analisis tabulasi sederhana data yang diperoleh diubah kedalam bentuk persentase dengan rumus:

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan:

P= Persentase responden yang memilih kategori

.  $fi$  = Jumlah responden yang memilih kategori tertentu.

.  $\sum fi$  = Banyaknya jumlah reponden

#### 2) Skor rata-rata

Setiap jawaban responden dari pertanyaan yang di ajukan kemudia diberikan bobot nilai. Cara menghitung skornya adalah menjumlahkan seluruh hasil dikali nilai masing-masing bobot dibagi dengan jumlah total frekuensi, adapun rumusnya:

$$x = \frac{\sum fi. wi}{\sum fi}$$

Dimana:

X= Rata-rata berbobot,  $fi$  = Frekuensi,  $wi$  = bobot

Langkah berikutnya, yakni menggunakan rentang skala penilaian untuk menentukan posisi tanggapan responden dengan menggunakan nilai skor setiap indikator. Bobot alternative jawaban yang terbentuk dari teknik skala peringkat dengan menggunakan skala likter terdiri dari kisaran 1-5 yang menggambarkan antara posisi yang sangat negatif ke posisis yang sangat positif. adapun rumusnya, yakni:

$$Rs = \frac{R(bobot)}{M}$$

Dimana:

R= bobot terbesar – bobot terkecil

M= Banyaknya kategori bobot

Nilai rentang skala sebesar 0.80 merujuk pada skala peringkat yang digunakan yakni skala likter digunakan untuk menentukan rentang skala keputusan. Adapun rentang skala yang digunakan dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.1 Rentang Skala Keputusan

Kriteria Jawaban	Bobot Nilai
Sangat tidak setuju	$1.0 < x \leq 1,8$
Tidak setuju	$1.8 < x \leq 2.6$
Ragu-ragu	$2.6 < x \leq 3.4$
Setuju	$3.4 < x \leq 4.2$
Sangat Setuju	$4.2 < x \leq 5.0$

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2018



Setelah Skor rata-rata diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah mengkonversikan skor rata-rata skala pada table direct rating (g) dengan menggunakan rumus:

$$g = X \frac{20}{5}$$

Langkah terakhir adalah menjumlahkan seluruh nilai X direct rating untuk mendapatkan nilai total keseluruhan. Adapun acuannya dapat dilihat pada table 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Direct Rating<sup>8</sup>

Kriteria	Bobot nilai
Sangat tidak efektif	$0 < g \leq 20$
Tidak efektif	$20 < g \leq 40$
Cukup efektif	$40 < g \leq 60$
Efektif	$60 < g \leq 80$
Sangat efektif	$80 < g \leq 100$

Sumber: Durianto, 2017

### G. Uji Validitas Dan Realibilitas

Uji Validitas adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan dimana-mana.<sup>9</sup> Instrumen ini dapat dikatakan valid ketika terdapat korelasi antara pengukuran pertama dengan pengukuran kedua menunjukkan angka

<sup>8</sup>Darmadi Durianto, dkk, *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003) Hlm. 80

<sup>9</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2008), h. 97.

positif dan tinggi. Oleh karena itu untuk mengukur uji validitas digunakan rumus *pearson's product moment*. Variabel penelitian dinyatakan valid jika hasil pengujian diperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{table}$  dihitung dengan bantuan program SPSS.

#### Uji Validitas

Variabel		Pernyataan	Tingkat Korelasi	Standar	Ket.
Perhatian	Menarik perhatian	Dakwah sangat menarik bagi anda	0.742	0.30	<b>Valid</b>
	Keinginan untuk selalu mendengarkan	Anda selalu ingin mendengarkan dakwah yang disampaikan	0.604	0.30	<b>Valid</b>
Pemahaman	Ingin Jauh Mengenal dakwah	Anda Ingin Jauh Mengenal dakwah yang disampaikan	0.463	0.30	<b>Valid</b>
	Ingin melihat langsung proses penyampaian dakwah	Anda selalu ingin melihat langsung proses penyampaian dakwah	0.433	0.30	<b>Valid</b>
Pemahaman	Ingin Jauh Mengenal dakwah	Anda Ingin Jauh Mengenal dakwah yang disampaikan	0.463	0.30	<b>Valid</b>
	Ingin melihat langsung proses penyampaian dakwah	Anda selalu ingin melihat langsung proses penyampaian dakwah	0.433	0.30	<b>Valid</b>

Efek kognitif	Dakwah dalam bahasa bugis sangat bermanfaat	Dakwah dalam bahasa bugis sangat bermanfaat untuk anda	0.791	0.30	<b>Valid</b>
	Dakwah dalam bahasa bugis mudah dipahami	Anda mudah memahami dakwah ketika berbahasa bugis	0.433	0.30	<b>Valid</b>
Efek efektif	Daya tarik dakwah dalam bahasa bugis	Dakwah dalam bahasa bugis sangat menarik bagi anda	0.777	0.30	<b>Valid</b>
	Bahasa yang di pakai berdakwah sangat baik	Bahasa yang di pakai berdakwah sangat baik untuk anda	0.796	0.30	<b>Valid</b>
	Materi yang digunakan sangat baik	Materi yang digunakan untuk berdakwah sangat baik untuk anda	0.392	0.30	<b>Valid</b>
Efek behavioral	Dakwah dalam bahasa bugis memotivasi masyarakat dalam beribadah	Anda termotivasi setelah mendengarkan dakwah yang menggunakan bahasa bugis tersebut	0.495	0.30	<b>Valid</b>

Uji Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut tidak berubah-ubah atau stabil, tetap *consistent* dan dapat diandalkan (*dependable*). Alat ukur disebut *reliable* bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama

terhadap gejala yang sama walau digunakan beberapa kali. Pernyataan dikatakan *reliable* jika nilai *alpha* lebih besar dari 0,60 dan jika nilai *alpha* kurang dari 0,60 maka dinyatakan tidak *reliable*. Untuk mengetahui, maka dapat menggunakan rumus *Cronbach alpha*.

#### Uji Reliabilitas

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.795	10

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian***

Desa Girikusuma adalah sebuah desa yang terletak di kecamatan malengke kabupaten luwu utara yang berjarak sekitar 282 km dari kota Makassar, Sulawesi selatan. Desa tersebut memiliki sekitar 1245 penduduk dan hampir semua penduduk menguasai bahasa daerah yaitu bahasa bugis. Mereka memakai bahasa bugis ketika melakukan transaksi jual beli, menyampaikan dakwah dan banyak kegiatan yang menggunakan bahasa bugis sebagai media untuk berkomunikasi.

#### **Visi dan misi**

Demokratisasi memiliki makna bahwa penyelenggaraan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan di desa harus mengakomodasi aspirasi dari masyarakat melalui Badan Permusyawaratan Desa dan Lembaga Kemasyarakatan yang ada sebagai mitra Pemerintah Desa yang mampu mewujudkan peran aktif masyarakat agar masyarakat senantiasa memiliki dan turut serta bertanggungjawab terhadap perkembangan kehidupan bersama sebagai sesama warga desa sehingga diharapkan adanya peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat melalui penetapan kebijakan, program dan kegiatan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat.

Atas dasar pertimbangan tersebut di atas, maka untuk jangka waktu 5 (lima) tahun kedepan diharapkan proses pembangunan di desa, penyelenggaraan pemerintahan di desa, pemberdayaan masyarakat di desa, partisipasi masyarakat, siltap Kepala Desa dan perangkat, operasional Pemerintahan Desa, tunjangan operasional BPD, dan

Intensif RT/RW dapat benar-benar mendasarkan pada prinsip keterbukaan dan partisipasi masyarakat sehingga secara bertahap Desa Girikusuma dapat mengalami kemajuan. Untuk itu dirumuskan Visi dan Misi.

### **Visi**

***“Terwujudnya Masyarakat Desa Girikusuma Yang Berakhlak Mulia, Sehat, Cerdas dan Sejahtera”***

Rumusan Visi tersebut merupakan suatu ungkapan dari suatu niat yang luhur untuk memperbaiki dalam Penyelenggaraan Pemerintahan dan Pelaksanaan Pembangunan di Desa Girikusuma baik secara individu maupun kelembagaan sehingga 5 (lima) tahun ke depan Desa Girikusuma mengalami suatu perubahan yang lebih baik dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dilihat dari segi ekonomi dengan dilandasi semangat gotongroyong dalam Penyelenggaraan Pemerintahan dan Pelaksanaan Pembangunan

### **Misi**

1. Penempatan agama sebagai sumber motivasi dan inspirasi;
2. Meningkatkan profesionalisme perangkat desa sebagai pelayan masyarakat;
3. Meningkatkan komunikasi dengan segenap komponen masyarakat;
4. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat dari seluruh kekuatan ekonomi, social budaya, pertahanan dan keamanan;
5. Meningkatkan pelayanan kesehatan melalui sadar kebersihan, cepat tanggap untuk berobat dan peningkatan pendidikan dengan tuntas wajib belajar;
6. Meningkatkan potensi pertanian sebagai sumber pendapatan utama masyarakat;
7. Meningkatkan pembangunan guna percepatan pertumbuhan ekonomi melalui perbaikan sarana dan prasarana umum;

### B. Efektivitas Bahasa

Berikut ini adalah hasil tabulasi yang telah dilakukan secara manual oleh peneliti.

Tabel 4.1  
Klasifikasi Gender

RESPONDEN	FREKUENSI	%
Laki-Laki	51	54.8
Perempuan	42	45.2
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100</b>

Tabel 4.2  
Klasifikasi Usia

USIA	FREKUENSI	%
>20	4	4.3
21-50	52	55.9
51<	37	39.8
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100</b>

### Hasil Tabulasi

#### 1. Efek Kognitif

##### a. Perhatian

Tabel 4.3  
Dakwah Sangat Menarik Perhatian

Variabel Penelitian	Indikator/ Pernyataan	Jawaban Responden (Skor)										Mean	Keterangan
		SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)			
		F	%	F	%	f	%	F	%	F	%		
Efek Efektif	Dakwah Sangat Menarik Perhatian	45	48	31	44	7	8	0	0	0	0	4.40	Baik
	Rata-rata											4.40	Baik

Sumber: data pengumpulan kuisioner.

Pada tabel diatas pertanyaan pertama menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju jika dakwah yang disampaikan menarik berjumlah 48%, sedangkan yang menjawab setuju 44% dan yang menjawab netral 8%.

Tabel 4.4

## Responden Selalu Ingin Mendengarkan Dakwah Yang Disampaikan

Variabel Penelitian	Indikator/ Pernyataan	Jawaban Responden (Skor)										Mean	Keterangan
		SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Efek Efektif	Selalu Ingin Mendengarkan Dakwah Yang Disampaikan	38	41	47	51	8	8	0	0	0	0	4.82	Baik
	Rata-rata											4.82	Baik

*Sumber: data pengumpulan quisioner*

Pada table diatas pertanyaan kedua menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju jika masyarakat Ingin Jauh Mengenal dakwah yang disampaikan berjumlah 41%, sedangkan yang menjawab setuju 51% dan yang menjawab netral 8%.



## b. Pemahaman

Tabel 4.5

Responden Ingin Jauh Mengenal Dakwah Yang Disampaikan

Variabel Penelitian	Indikator/ Pernyataan	Jawaban Responden (Skor)										Mean	Keterangan
		SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Efek Efektif	Ingin Jauh Mengenal Dakwah Yang Disampaikan	92	99	1	1	0	0	0	0	0	0	5.36	Baik
	Rata-rata											5.36	Baik

*Sumber: data pengumpulan quisioner.*

Pada table diatas pertanyaan ketiga menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju jika masyarakat Ingin Jauh Mengenal dakwah yang disampaikan berjumlah 99%, sedangkan yang menjawab setuju 1%.

Tabel 4.6

Responden Selalu Ingin Melihat Langsung Proses Penyampaian Dakwah

Variabel Penelitian	Indikator/ Pernyataan	Jawaban Responden (Skor)										Mean	Keterangan
		SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Efek Efektif	Selalu Ingin Melihat Langsung Proses Penyampaian Dakwah	90	97	3	3	0	0	0	0	0	0	5.34	Baik
	Rata-rata											5.34	Baik

*Sumber: data pengumpulan quisioner*

Pada table diatas pertanyaan keempat menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju jika masyarakat selalu ingin melihat langsung proses penyampaian dakwah berjumlah 97%, sedangkan yang menjawab setuju 3%..

c. Manfaat Bahasa

Tabel 4.7  
Dakwah Dalam Bahasa Bugis Sangat Bermanfaat Untuk Responden

Variabel Penelitian	Indikator/ Pernyataan	Jawaban Responden (Skor)										Mean	Keterangan
		SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Efek Efektif	Dakwah Dalam Bahasa Bugis Sangat Bermanfaat	21	23	70	75	2	2	0	0	0	0	4.20	Baik
		Rata-rata										4.20	Baik

Sumber: data pengumpulan quisioner.

Pada table diatas pertanyaan kelima menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju jika Dakwah dalam bahasa bugis sangat bermanfaat berjumlah 23%, sedangkan yang menjawab setuju 75% dan yang menjawab netral 2%.

Tabel 4.8  
Mudah Memahami Dakwah Ketika Bahasa Bugis

Variabel Penelitian	Indikator/ Pernyataan	Jawaban Responden (Skor)										Mean	Keterangan
		SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Efek Efektif	Mudah Memahami Dakwah Ketika Bahasa Bugis	90	97	3	3	0	0	0	0	0	0	5.24	Baik
	Rata-rata											5.24	Baik

*Sumber: data pengumpulan quisioner*

Pada table diatas pertanyaan keenam menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju jika mudah memahami dakwah ketika berbahasa bugis berjumlah 97%, sedangkan yang menjawab setuju 3%

## 2. Efek Efektif

Tabel 4.9  
Dakwah Dalam Bahasa Bugis Sangat Menarik Untuk Responden

Variabel Penelitian	Indikator/ Pernyataan	Jawaban Responden (Skor)										Mean	Keterangan
		SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)			
		f	%	F	%	f	%	F	%	F	%		
Efek Efektif	Dakwah Dalam Bahasa Bugis Sangat Menarik	31	33	62	67	0	0	0	0	0	0	4.33	Baik
		Rata-rata										4.33	Baik

*Sumber: data pengumpulan quisioner.*

Pada table diatas pertanyaan ketujuh menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju jika Dakwah dalam bahasa bugis sangat menarik berjumlah 33%, sedangkan yang menjawab setuju 67

Tabel 4.10  
Bahasa Yang Dipakai Untuk Berdakwah Sangat Menarik

Variabel Penelitian	Indikator/ Pernyataan	Jawaban Responden (Skor)										Mean	Keterangan
		SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Efek Efektif	Bahasa Yang Dipakai Untuk Berdakwah Sangat Menarik	48	52	45	48	0	0	0	0	0	0	4.51	Baik
	Rata-rata										4.51	Baik	

Sumber: data pengumpulan quisioner

Pada table diatas pertanyaan kedelapan menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju Bahasa yang di pakai berdakwah sangat baik berjumlah 52%, sedangkan yang menjawab setuju 48%.

Tabel 4.11  
Materi Yang Digunakan Sangat Baik

Variabel Penelitian	Indikator/ Pernyataan	Jawaban Responden (Skor)										Mean	Keterangan
		SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)			
		f	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Efek Efektif	Materi Yang Digunakan Sangat Baik	91	98	2	2	0	0	0	0	0	0	4.97	Baik
	Rata-rata											4.97	Baik

Sumber: data pengumpulan quisioner

Pada table diatas pertanyaan kesembailan menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju jika Materi yang digunakan untuk berdakwah sangat baik berjumlah 98%, sedangkan yang menjawab setuju 2%.

### 3. Efek Behavioral

Tabel 4.12  
Responden Termotivasi Setelah Mendengarkan Dakwah Dalam Bahasa Bugis

Variabel Penelitian	Indikator/ Pernyataan	Jawaban Responden (Skor)										Mean	Keterangan
		SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)			
		f	%	F	%	F	%	f	%	F	%		
Efek Efektif	Termotivasi Setelah Mendengarkan Dakwah	93	100	0	0	0	0	0	0	0	0	5.37	Baik
		Rata-rata										5.37	Baik

Sumber: data pengumpulan quisioner.

Pada table diatas pertanyaan kesepuluh menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju jika Dakwah dalam bahasa bugis sangat menarik berjumlah 100%

Uji Efektivitas Berdasarkan Direct Racthing Method.

Efektivitas penggunaan bahasa bugis sebagai media dakwah menggunakan Direct Rating Method pada responden atau masyarakat religius di Desa Giri Kusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara dilihat dari efek kognitif, afektif dan behavioral dalam bentuk table silang sebagai berikut.

Tabel 4.13  
HASIL REKAPITULASI TABEL SILANG

Variabel	Butir Pertanyaan	Rumus Mencari Rata-Rata	Rata-Rata	Rata-Rata	Direct Rating	Jumlah
Efek Kognitif	Dakwah Sangat Menarik Perhatian	$\frac{X = (5 \times 45) + (4 \times 41) + (3 \times 7) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{93}$	4.40	4.91	$g = 4.91 \times \frac{20}{3}$	32.73
	Selalu Ingin Mendengarkan Dakwah Yang Disampaikan	$\frac{X = (5 \times 38) + (4 \times 47) + (3 \times 8) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{93}$	4.82			
	Ingin Jauh Mengenal Dakwah Yang Disampaikan	$\frac{X = (5 \times 99) + (4 \times 1) + (3 \times 0) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{93}$	5.36			
	Selalu Ingin Melihat Langsung Proses Penyampaian Dakwah	$\frac{X = (5 \times 97) + (4 \times 3) + (3 \times 0) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{93}$	5.35			
	Dakwah Dalam Bahasa Bugis Sangat Bermanfaat	$\frac{X = (5 \times 21) + (4 \times 70) + (3 \times 2) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{93}$	4.20			
	Mudah Memahami Dakwah Ketika Bahasa Bugis	$\frac{X = (5 \times 97) + (4 \times 3) + (3 \times 0) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{93}$	5.34			
Efek Afektif	Dakwah Dalam Bahasa Bugis Sangat Menarik	$\frac{X = (5 \times 31) + (4 \times 62) + (3 \times 0) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{93}$	4.33	4.54	$g = 4.54 \times \frac{20}{3}$	30.27
	Bahasa Yang Dipakai Untuk Berdakwah Sangat Menarik	$\frac{X = (5 \times 48) + (4 \times 45) + (3 \times 0) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{93}$	4.51			
	Materi Yang Digunakan Sangat Baik	$\frac{X = (5 \times 91) + (4 \times 2) + (3 \times 0) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{93}$	4.79			
Efek Behavioral	Termotivasi Setelah Mendengarkan Dakwah	$\frac{X = (5 \times 100) + (4 \times 0) + (3 \times 0) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{93}$	5.37	5.37	$g = 5.37 \times \frac{20}{3}$	35.8
<b>TOTAL</b>						<b>98.8</b>

Sumber: data hasil penelitian Tahun 2018

Tabel 4.14 Direct Rating<sup>1</sup>

Kriteria	Bobot nilai
Sangat tidak efektif	$0 < g \leq 20$
Tidak efektif	$20 < g \leq 40$
Cukup efektif	$40 < g \leq 60$
Efektif	$60 < g \leq 80$
Sangat efektif	$80 < g \leq 100$

Berdasarkan table 4.1 melalui hasil rekapitulasi table silang dengan di dapatkan nilai 98.8 sesuai dengan table 4.2 Direct Rating maka nilai tersebut termasuk kategori sangat efektif dengan beberapa indikator. Efek afektifnya karena dakwah dengan media bahasa bugis dapat merubah emosional masyarakat setempat. Pada efek kognitifnya masyarakat selaku komunikan mendapatkan informasi melalui media bahasa bugis. Sementara pada efek Behavioral dakwah dengan menggunakan bahasa bugis dianggap mampu merubah perilaku masyarakat. Melalui ketiga efek inilah kemudian dapat disimpulkan bahwa dakwah melalui bahasa bugis sangat efektif baik secara afektif, kognitif dan behavioral.

Selain itu sesuai dengan pendapat beberapa tokoh masyarakat terkait pemahaman bahasa bugis sebagai media dakwah sebagai berikut.

Menurut Samsinar selaku tokoh masyarakat desa Girikusuma bahwa

---

<sup>1</sup>Darmadi Durianto, dkk, *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003) Hlm. 80

“jika melihat dari sikap masyarakat tentang hal tersebut .maka bias dipastikan mereka sangatlah paham tentang apa yang telah disampaikan dan sangat antusias jika ada seorang da’I yang terkenal datang”

Menurut Ahmad selaku tokoh masyarakat desa girikusuma bahwa

“ya tentu mereka sangat memahami karena hal tersebut sudah lama di desa ini jadi patutlah mereka memahami .”

Berdasarkan hasil uraian diatas menunjukkan bahwa ketika Da’i menyampaikan dakwah dihadapan para Mad’u di lokasi penelitian akan lebih baik jika menggunakan bahasa yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari yaitu bahasa daerah karena dalam hal ini masyarakat yang ada disana cenderung menggunakan bahasa daerah sebagai bahasa utama dan diprioritaskan dan Jika dihubungkan dengan teori yang ada maka dalam hal ini Teori SOR yang ada pada bab sebelumnya dimana stimulus yaitu dakwah yang disampaikan mempunyai peran aktif dalam menentukan perubahan sikap khalayak dengan menggunakan sikap tiga komponen yaitu Kognitif,afektif dan behavioral yang hasilnya yaitu sangat efektif.

Oleh karena itu penulis memberikan solusi ketika seorang Da’i ingin menyampaikan dakwah Da’i pun harus senantiasa mengenali Mad’u terlebih dahulu terutama bahasa daerah karena menurut penulis dari hasil diatas menunjukkan bahasa daerah sangatlah penting dalam menciptakan keharmonisan dalam membangun hubungan antara pendakwah dan khalayaknya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan gambaran tentang pokok-pokok bahasan dalam skripsi ini, maka dari uraian yang terdahulu baik bersifat teoretis maupun empiris dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pemahaman masyarakat tentang penyampaian dakwah dalam bahasa bugis menunjukkan nilai 98.8 melalui Direct Rating Method. Jika dilihat dari hasil diatas maka tentu bahasa bugis sangat efektif jika digunakan sebagai media dakwah didesa Girikusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara. Hal tersebut dapat ditinjau dari ketiga indikator efektivitas yaitu efek kognitif meliputi masyarakat merasa dakwah yang di sampaikan sangat menarik. Efek afektif meliputi dakwah dengan menggunakan bahasa bugis yang membuat masyarakat setempat sangat tertarik untuk mendengarnya. Efek behavioral membuat masyarakat termotivasi setelah mendengarkan dakwah tersebut, melalui ketiga indikator tersebut sehingga efektivitas penyampaian dakwah dalam bahasa bugis di Desa Girikusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara mencapai angka 98.8 melalui Direct Rating Method.

#### **B. Impilikasi Penelitian**

Dengan selesainya skripsi ini, maka penulis menyarankan dan mengharapkan kiranya:

1. Melalui skripsi ini disarankan kepada masyarakat Desa Girikusuma Kecamatan Malengke Kabupaten Luwu Utara agar senantiasa tetap mempertahankan budaya menyampaikan dakwah dalam bahasa bugis
2. Kepada Mahasiswa agar dapat melanjutkan atau meneliti lebih dalam lagi terkait skripsi ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009)
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2008)
- Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi Edisi Revisi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014)
- Durkheim, Emil, *The Elementary Forms of the Religious Life* (trans, Joseph Ward Swaim), Macmillan Company, New York, 1915,
- Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012)
- Etzioni, *Organisasi-organisasi Modern Cet. IV* (Jakarta: UI Press, 2000)
- Hamka, *Prinsip dan Kebijaksanaan Dakwah Islam*, (Jakarta: Pustaka Panji Mas, 1984)
- Ibrahim, Abd. Syukur, *Panduan Penelitian Etnografi Komunikasi* (Surabaya: Usaha Nasional, 1994)
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, (Cet. 1; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010)
- Jannah, Prasetyo, Bambang & Lina Miftahul. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Riset Aplikasi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014)
- Kaelany H D, *Islam dan Aspek-aspek Kemasyarakatan*, (Bumi Aksara, Jakarta, 1992,)
- Kaffie, Jamaluddin, *Psikologi Dakwah* (Surabaya: Ofset Indah, 1993)
- Karlinah, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbitan UT, 1999)
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006)

- Majid Nurcholis, *Masyarakat Religius Membumikan Nilai-nilai Islam dalam Kehidupan*, (Jakarta: Dian Rakyat, 2010)
- Malaikah, Mustafa, *Manhaj Dakwah Yusuf Al-Qordhawi Harmoni antara Kelembutan dan Ketegasan* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1997)
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009)
- Muhtadi , Asep Saeful, *Komunikasi Politik Indonesia “Dinamika Islam Politik Pasca-Orde Baru”* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000)
- =====, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001)
- =====, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)
- Mustari, Kahar, *Analisis Statistika dengan SPSS* (2012)
- Muthahhari, Murtadha, *Masyarakat dan Sejarah*, ( Mizan : Bandung, 1986)
- Nuh, Sayyid Muhammad, *Strategi Dakwah dan Pendidikan Umat*.
- Omar, Toha Jahja, M.A, *Ilmu Dakwah*, (Djakarta: Widjaya Djakarta, 1971)
- Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2005)
- =====, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003)
- Siagian, Sondang P, *Filsafat Adminstrasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997)
- Sobur, Alex., *Psikologi umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003)

- Stewart, Brent D Ruben & Lea P., *Komunikasi Perilaku Manusia*, (Edisi V; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013)
- Syahroni A.J, *Teknik Pidato dalam Pendekatan Dakwah* (Surabaya: Dakwah Digital Press, 2008)
- Tajibu, Kamaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi* (Makassar: Alauddin University Press, 2013)
- Wilmot, John.R. Wenburg & Wiliam W., *The Personal Communication Process* (New York: John Wiley and Sons, 1973)

#### **Sumber Lain:**

- Brands Bite, *7 Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Komunikasi*, ([http://7 Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Komunikasi - BiteBrands.html](http://7FaktorYangMempengaruhiEfektivitasKomunikasi-BiteBrands.html).) diakses pada 21 Maret 2017.
- Chumedi, Imam, “*Bahasa Lokal Sebagai Metode Dakwah* (Analisis Terhadap Rubrik Lha Kiyeh Majalah Berita Berhias)”, Skripsi, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 200
- Rismawati, dkk., *Bahasa Indonesia Sebagai Media Komunikasi*, h.9. [http://www.Bahasa Sebagai Alat Komunikasi.html](http://www.BahasaSebagaiAlatKomunikasi.html). Muthahhari, Murtadha, hlm. 20 – 25. Bandingkan dengan Q.S: al-A’raf: 34
- Subki, M. Aji, “*Isi Khutbah Sebagai Pesan Dakwah (Studi Analisis Isi Khutbah UStadz H. Sunarto pada Bulan April-Mei di Surabaya)*” (Online: (<http://digilib.uinsby.ac.id/7533/>), diakses 28 Januari 2016)

Syahputra, Ryan Alif, *Analisis Semiotik Materi Khutbah Jum'at di Masjid Haqqul Yaqien Klampis Semalang Kecamatan Sukolilo Surabaya* (Online: <http://digilib.uinsby.ac.id/8645/>, diakses 8 Februari 2016)

